

---

This is the **published version** of the bachelor thesis:

Mesegué Bosquet, Tània; Galán-Mañas, Anabel, dir. Creació d'un projecte professional en l'àmbit de la traducció i de la interpretació. 2015. (1203 Grau en Traducció i Interpretació)

---

This version is available at <https://ddd.uab.cat/record/147039>

under the terms of the  **IN**  
COPYRIGHT license

# **CREACIÓ D'UN PROJECTE PROFESSIONAL EN L'ÀMBIT DE LA TRADUCCIÓ I DE LA INTERPRETACIÓ**

103698 – Treball de Fi de Grau

Grau en Traducció i Interpretació  
Curs acadèmic 2014–15

**Estudiant:** Tània Mesegué Bosquet

**Tutora:** Anabel Galán-Mañas

10 de juny de 2015

Facultat de Traducció i d'Interpretació  
Universitat Autònoma de Barcelona

<b>Dades del TFG</b>
<p><b>Títol:</b> Creació d'un projecte professional en l'àmbit de la traducció i de la interpretació</p> <p><b>Autora:</b> Tània Mesegué Bosquet</p> <p><b>Tutora:</b> Anabel Galán-Mañas</p> <p><b>Centre:</b> Facultat de Traducció i d'Interpretació de la UAB</p> <p><b>Estudis:</b> Grau en Traducció i Interpretació</p> <p><b>Curs acadèmic:</b> 2014–15</p>
<b>Paraules clau</b>
<p>Projecte professional, perfil professional, mercat laboral, estudi de mercat, empenedoria, pla d'empresa, pla de màrqueting, pla d'operacions, aspectes fiscals, aspectes econòmics.</p> <p><i>Proyecto profesional, perfil profesional, mercado laboral, estudio de mercado, emprendedoría, plan de empresa, plan de marketing, plan de operaciones, aspectos fiscales, aspectos económicos.</i></p>
<b>Resum del TFG</b>
<p>L'elaboració d'un Treball de Fi de Grau com aquest, relacionat amb la creació d'un projecte professional, té com a finalitat crear un espai d'aproximació entre la universitat i el mercat laboral, en què nosaltres —encara estudiants— puguem definir els nostres projectes professionals a la recta final de la carrera.</p> <p>Un projecte professional té com a objectiu la inserció laboral i requereix tenir clar quin és el punt de partida i el punt d'arribada que ens tracem. Per tant, cal: conèixer quins són els factors d'ocupabilitat, és a dir, què demana el mercat i què podem oferir; definir el nostre objectiu laboral, és a dir, quins són els serveis que volem i podem oferir; i dissenyar el pla per a l'execució del projecte, la qual cosa implica conèixer els aspectes fiscals i econòmics essencials per a dur a terme l'activitat que tenim pensada, dissenyar un pla de màrqueting i crear un pla d'acció concret.</p> <p><i>La elaboración de un Trabajo de Fin de Grado como este, relacionado con la creación de un proyecto profesional, tiene como finalidad crear un espacio de aproximación entre la universidad y el mercado laboral, en el que nosotros —todavía estudiantes— podamos definir nuestros proyectos profesionales en la recta final de la carrera.</i></p> <p><i>Un proyecto profesional tiene como objetivo la inserción laboral y requiere tener claro cuál es el punto de partida y el punto de llegada que nos trazamos. Así, es necesario: conocer cuáles</i></p>

*son los factores de ocupabilidad, es decir, qué pide el mercado y qué podemos ofrecer; definir nuestro objetivo laboral, es decir, cuáles son los servicios que queremos y podemos ofrecer; y diseñar el plan para la ejecución del proyecto, lo que implica conocer los aspectos fiscales y económicos esenciales para realizar la actividad que tenemos en mente, diseñar un plan de marketing y crear un plan de acción concreto.*

#### **Avís legal**

#### **Avís legal**

**©Tània Mesegué Bosquet, Universitat Autònoma de Barcelona, 2015. Tots els drets reservats.**

**Cap contingut d'aquest treball no pot ésser objecte de reproducció, comunicació pública, difusió i/o transformació, de manera parcial o total, sense el permís o l'autorització de la seva autora.**

#### **Aviso legal**

**©Tània Mesegué Bosquet, Universidad Autónoma de Barcelona, 2015. Todos los derechos reservados.**

**Ningún contenido de este trabajo puede ser objeto de reproducción, comunicación pública, difusión y/o transformación, de forma parcial o total, sin el permiso o la autorización de su autora.**

#### **Avis legal**

**©Tània Mesegué Bosquet, Université Autonome de Barcelone, 2015. Tous les droits réservés.**

**Aucun contenu de ce travail ne peut être objet de reproduction, communication publique, diffusion et/ou transformation, de manière partielle ou totale, sans permis ou autorisation de l'auteur.**

## **AGRAÏMENTS**

**L'elaboració d'aquest Treball de Fi de Grau no hauria estat possible sense l'ajuda de la meva tutora, Anabel Galán-Mañas, que m'ha guiat en tot moment, des de la primera línia redactada fins a la última.**



# ÍNDIX

1.	Introducció .....	1
2.	Estudi de mercat: situació actual del mercat laboral de la traducció .....	3
2.1.	Evolució del mercat laboral de la traducció .....	3
2.2.	El mercat laboral de la traducció en xifres .....	3
3.	Perfil professional.....	11
3.1.	L'elecció del perfil professional.....	11
3.2.	Curta trajectòria, destacades aptituds.....	12
3.3.	Serveis que oferirem al mercat .....	12
4.	Pla d'empresa: disseny del projecte professional.....	14
4.1.	Presentació del projecte .....	14
4.2.	Descripció de la persona promotora.....	14
4.3.	Pla de màrqueting .....	15
4.3.1.	Serveis que oferirem .....	15
4.3.2.	Mercat .....	17
4.3.2.1.	Segment del mercat al qual aniran dirigits aquests serveis .....	17
4.3.2.2.	Perfil del client potencial.....	17
4.3.2.3.	Estat actual del mercat.....	18
4.3.3.	La competència .....	19
4.3.3.1.	Els professionals del sector de la traducció .....	19
4.3.3.2.	La competència directa en xifres .....	20
4.3.4.	Anàlisi DAFO .....	21
4.3.5.	Tarifes.....	23
4.3.5.1.	Tarifes actuals que podem trobar al mercat.....	23
4.3.5.2.	Les nostres tarifes .....	26

4.3.6.	Promoció .....	26
4.3.6.1.	Promoció tradicional .....	26
4.3.6.2.	Internet: una nova forma de promoció.....	27
4.3.7.	Previsió de vendes.....	30
4.4.	Pla d'operacions .....	32
4.4.1.	Prestació dels serveis .....	32
4.4.2.	Procediments i controls de qualitat .....	34
4.4.3.	Equip i infraestructures .....	35
4.4.4.	Seguretat a la feina i medi ambient .....	35
4.5.	Pla jurídic-fiscal.....	37
4.5.1.	Determinació de la forma jurídica i aspectes laborals .....	37
4.5.2.	Obligacions legals .....	39
4.5.3.	Permisos, llicències i documentació oficial .....	41
4.5.4.	Cobertura de responsabilitats .....	41
4.6.	Pla econòmic-financer.....	41
4.6.1.	Pla d'inversions i finançament.....	42
4.6.2.	Compte de resultats .....	43
4.6.3.	Sistema de cobraments i pagaments .....	43
5.	Conclusions .....	45
6.	Bibliografia consultada.....	46
7.	Annexos.....	52
7.1.	Carta de presentació .....	53
7.2.	Currículum.....	55
7.3.	Quadres de tarifes.....	58
7.4.	Model de pressupost.....	62
7.5.	Model de factura.....	64



## 1. Introducció

Què farem quan acabem la carrera?, com podem començar a buscar feina?, com ens podem fer traductors autònoms?, què hem de fer per a donar-nos a conèixer?, com s'ha de fer una factura?, quines tarifes podem aplicar?, quines obligacions legals té un traductor autònom?, etc. Totes aquestes preguntes, entre moltes altres, ens van envaint ara que ens trobem a la recta final de la nostra vida com a estudiants universitaris i veiem cada cop més pròxim el món laboral. Així, amb aquest Treball de Fi de Grau intentarem establir un vincle entre els estudis universitaris i el món del treball, i intentarem donar resposta a totes aquestes preguntes, que ens fem sovint els alumnes que cursem l'últim any de carrera. Per poder escurçar distàncies entre aquests dos mons, donarem un cop d'ull a l'actual mercat laboral de la traducció i seguirem tots els passos necessaris per a crear un pla d'empresa relacionat amb l'àmbit de la traducció i de la interpretació.

Paga la pena comentar que redactarem el treball emprant el plural de modèstia. Tanmateix, als apartats 3.2 i 4.2, davant la impossibilitat d'utilitzar el plural, farem servir la tercera persona del singular. Aquests dos punts aniran destinats a parlar de la persona emprenedora i resulta poc coherent redactar-los en plural.

Pel que fa a l'estructura del treball, els tres grans blocs principals seran: l'estudi de mercat, la presentació del perfil professional i la creació del pla d'empresa, tots tres estretament relacionats.

En el primer d'aquests apartats, *Estudi de mercat: situació actual del mercat laboral de la traducció*, realitzarem una anàlisi general per fer-nos una idea de quin serà el nostre mercat quan ens endinséssim en el món laboral com a traductors i/o intèrprets. És important saber com ha evolucionat aquest mercat en els darrers anys i quines tendències segueix actualment, per poder conèixer si els serveis que volem oferir ja s'estan oferint o si encara no s'han ofert, perquè evidentment abans de començar qualsevol activitat empresarial cal comprovar si és viable, i per poder determinar quina serà l'estratègia que seguirem a l'hora de presentar i vendre aquests serveis als nostres futurs clients.

L'apartat següent, el del *Perfil professional*, pretén ser una presentació de tots els serveis que volem oferir, tenint en compte l'anàlisi prèvia que haurem fet del mercat de la traducció i les necessitats d'oferta que hi podem trobar. De manera que l'elecció d'aquests serveis no serà pas aleatòria, sinó que es realitzarà tenint presents l'oferta i la demanda que hi ha actualment.

I quant al *Pla d'empresa*, seguirem pas a pas totes les escales que cal pujar per a convertir-nos en traductors autònoms. Realitzarem un pla de màrqueting, un pla d'operacions, un pla jurídic-fiscal i un pla econòmic-financer per tal de crear el nostre projecte professional. Per fer-ho, tractarem aspectes tan bàsics com la realització d'una factura o d'un pressupost i d'altres molt més precisos, com per exemple l'IVA aplicable a les factures o la quota inicial que haurem de pagar a la Seguretat Social com a traductors autònoms.

La idea fonamental que seguirem durant tot el treball és la de familiaritzar-nos amb el que dintre de poc serà el nostre dia a dia, el mercat laboral. Un cop acabem el Grau de Traducció i d'Interpretació sabem, per exemple, com traduir una frase feta d'una llengua a una altra o on podem buscar termes tècnics d'un àmbit concret per poder fer-ne la traducció. En canvi, què sabem de màrqueting o d'aspectes fiscals relacionats amb l'activitat de traducció. Res. No en sabem res, llevat que ens hàgim informat pel nostre compte. Per a ser traductors autònoms no només és indispensable saber traduir, sinó que cal tenir nocions de màrqueting, d'informàtica i de fiscalitat. Sobretot de fiscalitat, perquè és innegable que la legalitat que emmarca l'activitat dels treballadors autònoms és un gran maldecap per a la majoria de traductors que treballen de manera independent. Hem de conèixer quines obligacions legals tenim i tenir present en tot moment que el desconeixement de la llei no ens eximeix del seu compliment.

Dit d'una manera molt sintètica, aquest Treball de Fi de Grau podria ser una mena de guia de com ser traductor autònom sense fracassar en l'intent, perquè per a dur a terme una activitat com aquesta, cal tenir en compte molts aspectes i pot ser que algun d'aquests aspectes ens passi per a alt.

## **2. Estudi de mercat: situació actual del mercat laboral de la traducció**

### ***2.1. Evolució del mercat laboral de la traducció***

No fa gaires anys, el mercat de la traducció i de la interpretació a Espanya estava limitat a una iniciativa privada, que es caracteritzava per unes relacions bastant directes entre els clients i els traductors. Tanmateix, recentment aquesta situació s'ha vist modificada a causa d'una sèrie de factors, com l'augment del turisme o la intensificació de les relacions comercials entre diferents països. A més a més, també cal tenir en compte l'existència de xarxes d'informació i de xarxes socials, que poden esdevenir una gran eina a l'hora de trobar i escollir professionals de la traducció. Internet és un gran instrument per a donar-nos a conèixer i per a mostrar els serveis que oferim als possibles clients. De manera que ara una empresa o qualsevol altre client pot trobar amb molta més facilitat la persona que té el perfil professional que s'està buscant i que es requereix per a una feina concreta.

Tots aquests factors, entre d'altres, han conduït a un augment de la demanda de traductors i intèrprets. Ara bé, també és cert que, degut a aquest augment de la demanda, cal una major professionalització i una bona formació. La demanda és molt gran, però l'oferta també és força elevada, de manera que s'escollirà aquells professionals que estiguin millor preparats.

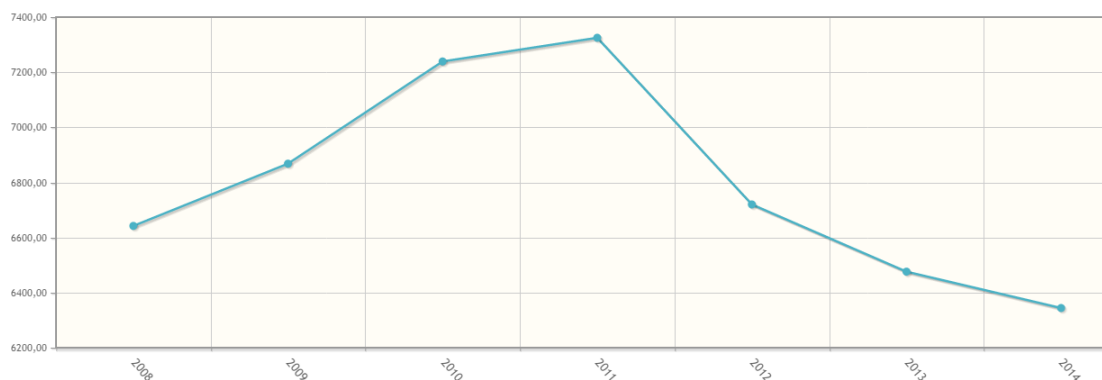
### ***2.2. El mercat laboral de la traducció en xifres***

En el sector de la traducció i de la interpretació hi ha una forta competència, perquè existeix un gran nombre de professionals qualificats, amb una important preparació i una gran experiència.

En aquest apartat preveiem donar una visió objectiva del mercat de la traducció amb xifres reals i precises. Per fer aquesta anàlisi tindrem en compte dades exclusivament de Catalunya i dades referents a tot el territori espanyol.

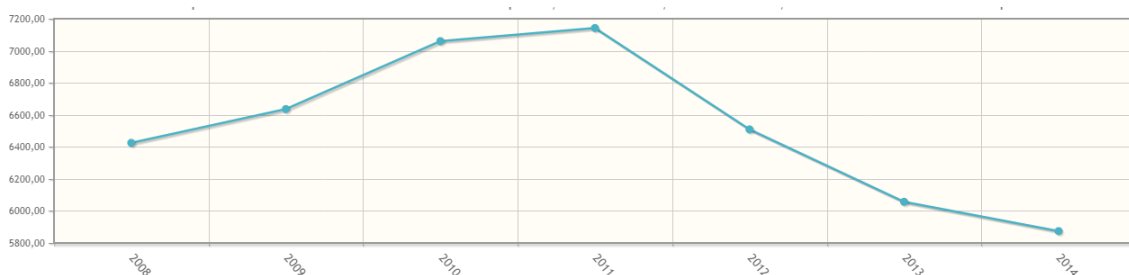
Pel que fa a les dades d'Espanya relacionades amb els autònoms de l'àmbit de la traducció, segons l'Institut Nacional d'Estadística (INE), durant el 2014 hi havia registrats un total de 6.344 autònoms dedicats a la traducció i a la interpretació i d'aquest total 5.874 eren autònoms sense assalariats, és a dir, autònoms que no tenien subcontractades d'altres persones.

Any	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
<b>Traductors autònoms totals</b>	6.344	6.476	6.720	7.325	7.239	6.868	6.642



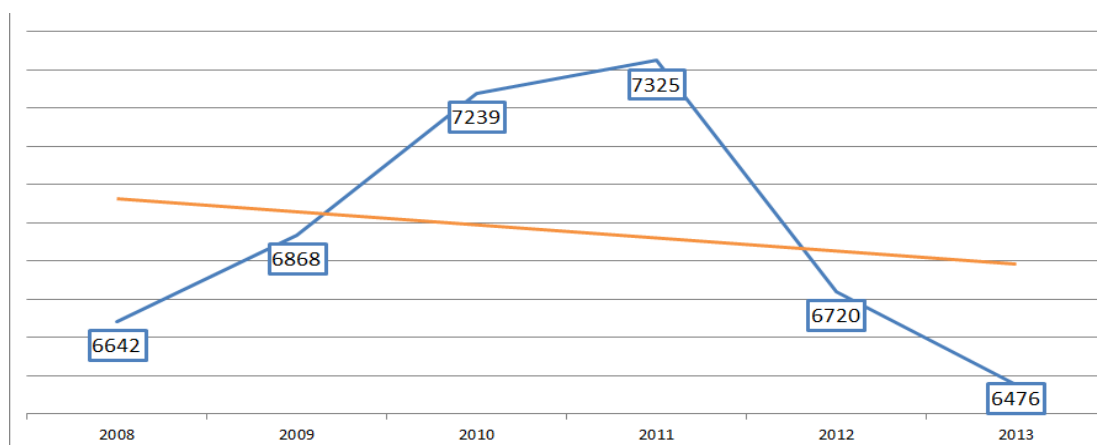
Gràfic 1. Gràfic extret de l'INE

Any	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
<b>Traductors autònoms sense assalariats</b>	5.874	6.057	6.509	7.142	7.060	6.636	6.425



Gràfic 2. Gràfic extret de l'INE

Nombre d'autònoms donats d'alta en l'epígraf 743 segons la Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques (CNAE):



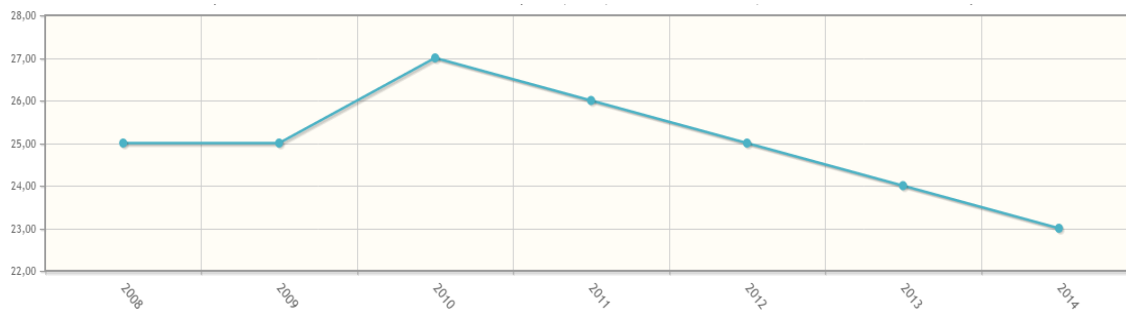
Gràfic 3. Gràfic extret de l'INE

Així, en aquest gràfic podem apreciar dues tendències. Entre els anys 2008 i 2011 es produeix un augment del nombre de professionals en actiu. El major increment té lloc entre el 2009 i el 2010. En quatre anys s'incorporen al mercat un total de 683 nous professionals. Ara bé, a partir del 2011, la tendència s'inverteix. De fet, en un període de tan sols dos anys, la caiguda pràcticament iguala l'augment experimentat durant els quatre anys anteriors.

Quant al nombre d'empreses dedicades a la traducció i a la interpretació a Espanya, en el següent quadre de dades, extretes també de l'Institut Nacional d'Estadística, podem observar les diferents tendències experimentades durant els darrers set anys:

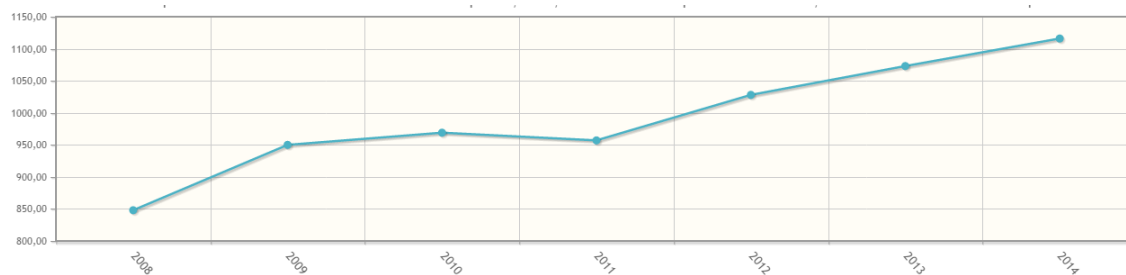
Any	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Societats anònimes dedicades a la traducció</b>	25	25	27	26	25	24	23
<b>Societats de responsabilitat limitada dedicades a la traducció</b>	848	950	969	957	1.028	1.073	1.116
<b>Altres formes jurídiques dedicades a la traducció</b>	154	174	191	200	215	205	212

Societats anònimes:



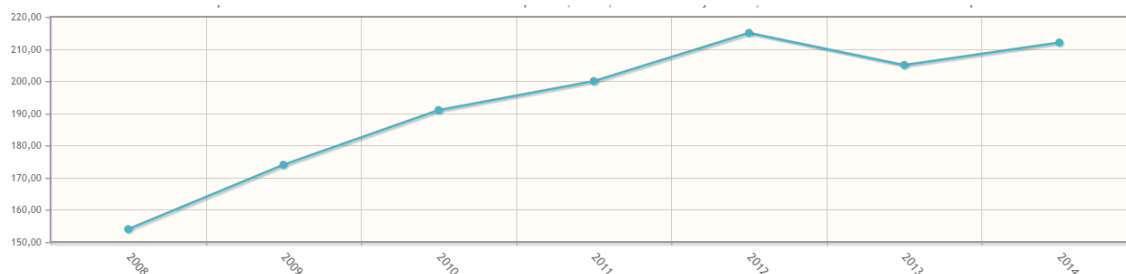
Gràfic 4. Gràfic extret de l'INE

Societats de responsabilitat limitada:



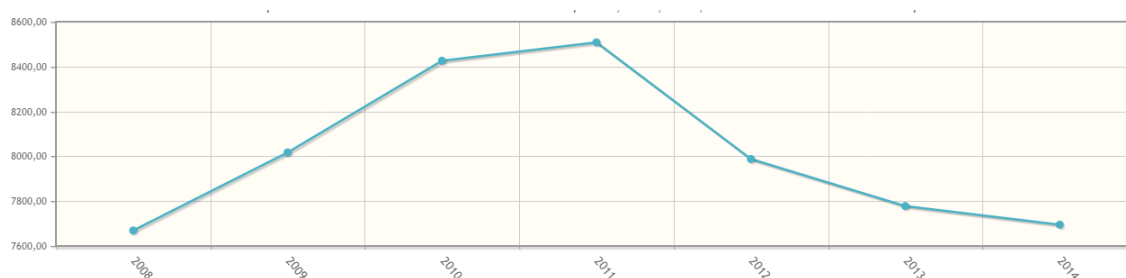
Gràfic 5. Gràfic extret de l'INE

Altres formes jurídiques:



Gràfic 6. Gràfic extret de l'INE

Total (autònoms, societats anònimes, societats de responsabilitat limitada i altres formes jurídiques):



Gràfic 7. Gràfic extret de l'INE

Resumint, tot i que les societats de responsabilitat limitada dedicades a la traducció i a la interpretació continuen creixent, com podem veure amb el gràfic 7, la tendència general quant als professionals —empreses i autònoms— és un fort descens, produït sobretot en els darrers quatre anys.

Pel que fa al territori català, en el quadre 1 de dades podem observar el nombre d'empreses registrades entre els anys 2010 i 2012 dedicades a la traducció i a la interpretació. En el quadre 2 es mostren les persones ocupades d'aquest sector.

Empreses de traducció i interpretació registrades a Catalunya entre el 2010 i el 2012:

**Principals resultats. Catalunya. 2010-2012**

Altres anys ▾ ▶

	2010	2011	2012
<b>Nombre d'empreses</b>	<b>2.493</b>	<b>2.584</b>	<b>2.307</b>
<b>Nombre d'establiments</b>	<b>2.499</b>	<b>2.594</b>	<b>2.314</b>
<b>Ocupats</b>	<b>3.424</b>	<b>3.674</b>	<b>3.260</b>
Assalariats	1.185	1.242	1.123
<b>Ingressos d'explotació</b>			
Volum de negoci	136.163	148.597	139.440
Altres ingressos	1.541	808	399
<b>Variació d'existències de productes acabats i en curs</b>	<b>43</b>	<b>-215</b>	<b>10</b>
<b>Despeses d'explotació</b>			
Consum de primeres matèries i altres proveïments	2.423	2.374	3.186
Consum de mercaderies	42	78	42
Treballs fets per altres empreses	32.137	36.350	29.018
Despeses de personal	33.675	35.254	39.083
Despeses en serveis exteriors	18.190	20.344	18.816
Altres despeses	935	688	693
Dotacions per a amortitzacions	1.915	1.863	1.792
<b>Inversió bruta en actius materials</b>	<b>1.118</b>	<b>931</b>	<b>699</b>
<b>Inversió bruta en actius intangibles</b>	<b>638</b>	<b>651</b>	<b>245</b>

Unitats: Les magnituds econòmiques s'expressen en milers d'euros.  
Font: Idescat, a partir de dades de l'enquesta anual de serveis de l'INE.  
Àmbit sectorial: Aquesta subbranca inclou el grup 743 de la [CCAEE-2009](#).

Quadre 1. Font extreta de l'Idescat

Ocupació en el sector de la traducció i de la interpretació:

**Ocupació. Catalunya. 2010-2012**

	2010	2011	2012
<b>Ocupats</b>	<b>3.424</b>	<b>3.674</b>	<b>3.260</b>
Homes	1.178	1.376	1.116
Dones	2.247	2.298	2.143
<b>Assalariats</b>	<b>1.185</b>	<b>1.242</b>	<b>1.123</b>
Fixos	852	928	919
Eventuals	333	315	204
<b>No assalariats</b>	<b>2.239</b>	<b>2.432</b>	<b>2.137</b>

Font: Idescat, a partir de dades de l'enquesta anual de serveis de l'INE.  
Àmbit sectorial: Aquesta subbranca inclou el grup 743 de la [CCAEE-2009](#).

Quadre 2. Font extreta de l'Idescat

Com podem veure amb aquests quadres de dades, segons l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat), el nombre d'empreses dedicades a la traducció i a la interpretació registrades a Catalunya durant el 2012 és de 2.307 i hi ha 3.260 persones ocupades que treballen en aquest sector. Tal com succeeix amb la resta del territori espanyol, podem



observar també que respecte l'any 2010 hi ha hagut un important descens, tant pel que fa al nombre d'empreses com al nombre d'ocupats.

En la segona taula, es presenta el nombre total d'ocupats (assalariats i no assalariats o autònoms) en el sector de la traducció i de la interpretació i, a més a més, s'indica la xifra exacta que correspon al nombre d'assalariats: persones que treballen per compte aliè; i la que correspon al nombre de no assalariats o autònoms: persones que treballen per compte propi. Com podem veure, durant aquests tres anys (del 2010 al 2012) el nombre de no assalariats és gairebé el doble que el d'assalariats.

De manera general, les dades semblen indicar que Espanya està deixant de ser un mercat d'interès per a traductors i intèrprets autònoms. De totes maneres, les dades no són pas tan negatives i és que si augmenta la demanda i l'oferta —almenys la que prové dels autònoms— disminueix, la competència també es redueix.

Per altra banda, reduint el sector del mercat al qual aniran destinats els nostres serveis, també convindria donar un cop d'ull a les estadístiques editorials. És cert, com explicarem detalladament més endavant, a l'apartat del perfil professional, que els serveis que volem oferir poden anar destinats a diversos tipus d'empreses i/o particulars. Tanmateix, tenint en compte la nostra especialització, creiem que paga la pena tenir una visió general de l'àmbit de l'edició.

Producció editorial a Catalunya durant el 2013 per províncies:

**Producció editorial. 2013**  
**Títols editats. Per tipus. Províncies**

	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Catalunya	Espanya	% Cat./Esp.
<b>Títols</b>	<b>14.601</b>	<b>791</b>	<b>305</b>	<b>389</b>	<b>16.086</b>	<b>56.435</b>	<b>28,5</b>
Llibres	12.671	615	281	340	13.907	49.001	28,4
Fulletes	1.930	176	24	49	2.179	7.434	29,3

Font: [INE](#).

Quadre 3. Font extreta de l'Idescat

Amb aquestes dades queda palès que la producció editorial a Catalunya es centra sobretot a la província de Barcelona. A més a més, cal dir que la producció catalana no és una part insignificant de la producció total d'Espanya, sinó al contrari.

Producció editorial a Catalunya durant el 2013 per idiomes:

**Producció editorial. 2013**  
**Títols editats. Per idiomes**

	<b>Catalunya</b>	<b>Espanya</b>	<b>% Cat./Esp.</b>
Català	<b>4.218</b>	5.516	76,5
Castellà	<b>10.637</b>	45.219	23,5
Gallec	<b>22</b>	739	3,0
Euskera	<b>18</b>	742	2,4
Alemanys	<b>41</b>	85	48,2
Francès	<b>173</b>	316	54,7
Anglès	<b>308</b>	1.442	21,4
Italià	<b>35</b>	77	45,5
Portuguès	<b>40</b>	110	36,4
Altres	<b>594</b>	2.189	27,1
<b>Total</b>	<b>16.086</b>	<b>56.435</b>	<b>28,5</b>

Font: INE.

Quadre 4. Font extreta de l'Idescat

Com podem veure en aquesta taula, el nombre de llibres publicats en francès és prou elevat si el comparem amb els llibres publicats en portuguès o en italià, per exemple, i aquesta dada és significativa si volem treballar amb el francès.

## 3. Perfil professional

### 3.1. L'elecció del perfil professional

Quan ens disposem a presentar un perfil professional al mercat laboral, cal que tinguem molt present quina és l'oferta i la demanda del sector en el qual volem treballar. I és precisament aquest criteri el que hem seguit a l'hora de determinar quin serà el nostre perfil professional.

Tenim clar que volem treballar amb una llengua pròxima al català i amb una llengua llunyana. Així, doncs, tenint en compte aquesta preferència i l'oferta i la demanda que actualment hi ha al mercat, hem escollit el francès i el xinès.

Si comparem aquestes dues llengües amb l'anglès, per exemple, observem que la demanda d'aquesta última és molt més elevada. Ara bé, també és molt més elevada l'oferta. Actualment, una gran part dels traductors que hi ha al mercat treballen amb l'anglès com a llengua B.

Si comprovem quina és la representació d'aquestes tres llengües dintre de l'Associació Professional de Traductors i Intèrprets de Catalunya (APTIC), aquests resultats són els que obtenim quan fem la cerca:

COMBINACIÓ LINGÜÍSTICA	NOMBRE DE TRADUCTORS INSCRITS A L'APTIC
anglès > català	268
anglès > castellà	336
francès > català	169
francès > castellà	212
xinès > català	8
xinès > castellà	10

Evidentment que aquestes xifres no representen tot el mercat, però ens donen una idea de l'oferta que hi ha avui dia.

Pel que fa al francès i al xinès, cada cop hi ha més demanda, com podem veure, per exemple, amb l'estudi d'ELAN.cat: *Són prou multilingües les empreses catalanes?* Segons aquest estudi, les llengües més usades en el comerç amb l'estranger són l'anglès

(69,2%), el francès (55,3%) i l'espanyol (40,8%). A més a més, el 15,5% de les empreses enquestades té intenció de comerciar a nous mercats, sobretot al xinès i al rus.

Ara és el moment de presentar un perfil que inclogui aquestes dues llengües, perquè l'oferta no és massa elevada.

### ***3.2. Curta trajectòria, destacades aptituds***

En qualsevol àmbit de la nostra vida, sempre hi ha una primera vegada i en el món professional no és pas diferent. Tot començament és difícil, però necessari per a obtenir una llarga i productiva experiència.

És cert que ara per ara el currículum de la persona promotora d'aquest projecte no destacarà per l'experiència professional en l'àmbit de la traducció, perquè tot just està aconseguint el títol com a Graduada en Traducció i Interpretació (francès i xinès) per la Universitat Autònoma de Barcelona. Tanmateix, això no significa que estigui menys preparada que aquells professionals amb un ampli recorregut en el món de la traducció. No podrà oferir experiència, però podrà aportar d'altres elements als seus futurs clients.

És una persona amb una gran capacitat d'aprenentatge i amb facilitat d'adaptació a qualsevol tipus de feina. Acostumada a treballar en equip, perquè durant tres anys va formar part d'un equip femení de futbol, es considera una persona amb capacitat de planificació i organització, que sempre intenta cercar l'excel·lència en la seva feina i que es preocupa per l'ordre i la qualitat de tot allò que fa. Resumint, es considera una persona responsable i eficient.

Sovint l'experiència no ho és tot i cada cop més les empreses i/o clients particulars busquen persones versàtils, capaces d'adaptar-se i de fer front a qualsevol encàrrec.

Iniciativa, empatia o orientació a l'assoliment. Aquestes són algunes de les aptituds que l'ajudaran en el desenvolupament de les tasques relacionades amb els serveis que oferirà.

### ***3.3. Serveis que oferirem al mercat***

En el quadre següent llistem els serveis que tenim previst oferir i detallem les combinacions lingüístiques amb què treballarem. De totes maneres, com s'explica a l'apartat 4.3.1, més endavant també preveiem oferir aquests serveis en d'altres llengües:

TRADUCCIÓ	
Traducció general	francès, xinès > català, castellà  català <> castellà
Traducció editorial: literària i no literària	francès, xinès > català, castellà  català <> castellà
Traducció científicotècnica	francès > català, castellà  català <> castellà
Traducció jurídica	francès > català, castellà  català <> castellà
INTERPRETACIÓ	
Interpretació d'enllaç	francès <> català, castellà
REVISIÓ	
Revisió de qualsevol tipus de text	català, castellà, francès

## **4. Pla d'empresa: disseny del projecte professional**

### ***4.1. Presentació del projecte***

El projecte consisteix en la posada en marxa d'una activitat dedicada a la traducció i a la interpretació com a empresaris autònoms.

Aquest tipus d'activitat empresarial consisteix en la traducció o la interpretació de qualsevol tipus de document o de tot tipus d'exposició oral, produïts amb un idioma diferent del matern, mantenint sempre el significat original i conservant els referents culturals del text treballat.

Des de fa uns quants anys la traducció i la interpretació és una activitat en augment, a causa d'una sèrie de circumstàncies, com l'increment de les relacions internacionals, la unió amb la resta de països europeus, el creixement de col·lectius immigrants i un llarg etcètera. Davant d'aquesta situació, en les empreses i entitats sorgeix una forta necessitat de serveis de traducció.

La idea és oferir un servei integral de traducció i d'interpretació, comptant amb serveis generals, com la traducció de documents, la revisió i correcció de textos o la interpretació d'enllaç per a qualsevol tipus d'empresa, particular i/o organisme públic i privat; i també amb serveis especialitzats, com la traducció científicotècnica o la traducció jurídica.

### ***4.2. Descripció de la persona promotora***

L'emprenedora d'aquest projecte, Tània Mesegué Bosquet, es troba en el seu darrer curs de carrera. Tot just està aconseguint el títol com a Graduada en Traducció i Interpretació (francès i xinès) per la Universitat Autònoma de Barcelona. És evident que no podrà oferir experiència als seus futurs clients, però el fet de començar en el món laboral de la traducció la converteix en una traductora versàtil, capaç d'adaptar-se a tot tipus d'encàrrecs.

Aquesta futura traductora destaca per la seva capacitat de planificació i organització, i perquè treballa sempre buscant resultats de qualitat en totes les tasques que duu a terme.

Per tant, és cert que no ha treballat encara en el sector de la traducció, però posseeix aptituds que l'ajudaran en els seus inicis.<sup>1</sup>

### ***4.3. Pla de màrqueting***

En aquest apartat definirem la nostra estratègia comercial. Per fer-ho, analitzarem quins són els serveis que tenim pensat oferir, quin és el mercat al qual ens volem dirigir, quins seran els nostres clients potencials, quina serà la nostra possible competència, quines tarifes aplicarem als nostres serveis i com ens donarem a conèixer.

#### ***4.3.1. Serveis que oferirem***

Com ja hem detallat a l'apartat 3.3, els serveis que oferirem seran els següents:

- Traducció general
- Traducció editorial: literària i no literària
- Traducció especialitzada: científicotècnica i jurídica
- Interpretació d'enllaç
- Revisió i correcció de textos

A continuació, presentem una descripció detallada de cadascun d'aquests serveis:

#### **TRADUCCIÓ GENERAL**

És el tipus de traducció més bàsic. Es tracta de la traducció de textos sense dificultats aparents (per exemple, sense terminologia complexa), com són els articles periodístics o les obres de difusió general.

#### **TRADUCCIÓ LITERÀRIA**

És la traducció d'obres elaborades amb llenguatge literari (poesia, teatre, novel·la, assaig, etc.). A més a més d'afrontar les dificultats que presenta qualsevol traducció, el traductor literari ha de vetllar també per la bellesa del text, l'estil i les marques estilístiques.

---

<sup>1</sup> A l'apartat d'Annexos, hem inclòs la carta de presentació i el currículum.

## TRADUCCIÓ ESPECIALITZADA

Aquest tipus de traducció inclou una gran varietat de modalitats, caracteritzades per l'àrea de coneixement. Els textos especialitzats es caracteritzen per tenir una terminologia i una fraseologia específiques de cada disciplina, per la qual cosa el traductor ha de tenir nocions de la matèria que tradueix i n'ha de conèixer el vocabulari especialitzat.

## INTERPRETACIÓ D'ENLLAÇ

En aquest tipus d'interpretació, l'intendent actua de “mediador” entre dues o més persones que parlen llengües diferents i que, per tant, no es poden comunicar. La interpretació d'enllaç és la més adequada per a grups reduïts. Els intèrprets d'enllaç actuen com a acompanyants de manera individual i intervenen en visites comercials, turístiques, de negocis, en grups de debat molt reduïts, etc.

## REVISIÓ I CORRECCIÓ DE TEXTOS

Aquesta tasca consisteix a revisar i alterar, si és necessari, un text amb l'única finalitat de millorar-lo. En altres paraules i més concretament, es tracta de controlar que sigui adequat a la normativa oficial i a la situació comunicativa, i coherent des del punt de vista gràfic i estructural.

A més a més d'aquests serveis, també oferirem serveis de traducció subcontractada. Ens referim als serveis de traducció i d'interpretació que ens arribin a través d'un intermediari, generalment una agència de traducció que necessiti col·laboradors externs, degut a increments puntuals en el volum de la feina.

Tot i que inicialment treballarem amb el català, el castellà, el francès i el xinès, posteriorment preveiem oferir aquests serveis en d'altres llengües, com l'anglès o l'italià.

Quant als factors destacables relacionats amb aquests serveis, cal mencionar el compliment del termini d'entrega, la confidencialitat i la lleialtat envers el client.

## TERMINI D'ENTREGA

Només acceptarem aquells encàrrecs que podrem entregar dintre del termini marcat pel client.



## CONFIDENCIALITAT

Ens assegurarem que qualsevol material confidencial que estigui sota la nostra possessió es guardi amb les mesures de seguretat pertinents, per evitar un accés a tercers. Un cop realitzat l'encàrrec, aquest material es destruirà o es retornarà al client, tenint en compte la seva decisió.

## LLEIALTAT ENVERS EL CLIENT

Tindrem sempre presents els interessos del client, transmetent-li tota aquella informació que li pugui ser útil i esforçant-nos per ajudar-lo a aconseguir els seus propòsits.

### 4.3.2. *Mercat*

#### 4.3.2.1. Segment del mercat al qual aniran dirigits aquests serveis

Com ja hem dit en anterioritat, aquest projecte consisteix en l'inici de la nostra activitat com a treballadors autònoms dintre de l'àmbit de la traducció. D'aquesta manera, no cal posar limitacions als serveis que oferirem. Podrem prestar aquests serveis a qualsevol particular i a qualsevol empresa o institució, independentment de la seva mida o de la zona on estigui establerta, a través d'Internet. Per tant, l'única limitació a l'hora d'acceptar un encàrrec seran els idiomes.

D'altra banda, preveiem treballar per a qualsevol client, sigui d'Espanya o de l'estranger, sempre que es tracti d'un encàrrec no presencial. Aquells casos en què es requereixi un servei d'interpretació i que, per tant, es tracti d'una feina presencial, valorarem l'encàrrec i decidirem si acceptar-lo o no.

#### 4.3.2.2. Perfil del client potencial

Els principals grups de clients seran els particulars i les empreses i institucions, tant públiques com privades.

### GRUP 1: Particulars

Qualsevol persona que necessiti traduir documents, primordialment de tipus genèric i editorial —literari o no literari—, però també de tipus científicotècnic o jurídic; o bé qualsevol client que requereixi serveis d'interpretació d'enllaç i de revisió i correcció de textos.

### GRUP 2: EMPRESSES

Tipus d'empreses a les quals podrem oferir aquests serveis:

- Editorials
- Empreses del sector de les comunicacions (publicitat, cinema, premsa, etc.)
- Empreses comercials amb relacions d'exportació i importació
- Empreses presents a Internet
- Empreses del sector dels serveis (turisme i hoteleria, transport, etc.)
- Empreses industrials
- Empreses públiques de l'àmbit de la salut

### GRUP 3: INSTITUCIONS

- Públiques: locals, de la comunitat autònoma, estatals, europees o mundials.
- Privades: associacions, fundacions, obres socials, cambres de comerç, etc.

En aquests casos anteriors, es tractarà de clients directes. Tanmateix, cal tenir en compte que de vegades la persona que requerirà els serveis i la que se'n beneficiarà no serà la mateixa. Aquest darrer cas es produirà quan siguin les agències de traducció les que sol·licitin els serveis. Com s'ha dit anteriorment, és possible que aquestes agències necessitin col·laboradors externs, perquè els ajudin en moments puntuals, en què tinguin un volum de feina més gran de l'habitual.

#### 4.3.2.3. Estat actual del mercat

El mercat laboral de la traducció, com s'ha descrit a l'apartat 2.1, és un mercat en augment. Des de fa uns quants anys ha anat augmentant la demanda de serveis de traducció i d'interpretació. Aquest augment és degut a factors com la globalització, l'increment de col·lectius immigrants, el creixement de les relacions internacionals, la pujada experimentada en el sector turístic i l'increment de les relacions comercials. A més a més, les dades apunten que aquest augment continuarà en els pròxims anys.

Si considerem, per exemple, les previsions del comerç exterior, podem observar que en els darrers anys s'ha produït un important creixement de l'activitat comercial d'Espanya amb la resta de països. Des de la creació del Pla d'Iniciació a la Promoció Exterior (PIPE), l'any 1998, més de 6.900 petites i mitjanes empreses de totes les comunitats autònomes d'Espanya s'han convertit en empreses exportadores i la majoria han aconseguit exportar de manera regular, és a dir, durant almenys quatre anys consecutius, segons una anàlisi realitzada per ICEX España Exportació i Inversions i les Cambres de Comerç.

### 4.3.3. *La competència*

És cert que actualment el nombre de traductors i d'intèrprets i el nombre d'empreses que ofereixen serveis de traducció i d'interpretació és molt gran, però per a considerar-los realment competència, cal tenir en compte la combinació de llengües amb què treballen. D'aquesta manera, la nostra competència directa seran tots aquells professionals que treballin amb el francès i el xinès.

Això no obstant, paga la pena tenir una visió global de tot el sector. Així, primer parlarem, de manera general, dels professionals dedicats a la traducció i a la interpretació i després ens centrarem únicament amb aquells traductors que tenen com a llengües de feina el francès i el xinès.

#### 4.3.3.1. Els professionals del sector de la traducció

Segurament, la principal diferència entre nosaltres i la majoria de professionals de la traducció i de la interpretació és el fet de treballar amb una llengua tan llunyana com és el xinès. En els darrers anys s'ha experimentat un fort augment de la demanda d'aquest idioma. Tanmateix, si comparem dades i com ja s'ha mencionat abans, veiem que l'oferta dels serveis relacionats amb aquesta llengua encara es queda molt enrere en relació amb la de les altres llengües. Així, tenir un perfil professional que inclogui aquesta llengua sembla una bona opció.

Si observem aquest quadre de dades extretes de l'Associació Professional de Traductors i Intèrprets de Catalunya (APTIC), podem fer aquesta comparació:

APTIC	
COMBINACIÓ LINGÜÍSTICA	NOMBRE DE TRADUCTORS INSCRITS
alemany > català	81
alemany > castellà	98
anglès > català	268
anglès > castellà	336
àrab > català	5
àrab > castellà	8
francès > català	169
francès > castellà	212
italià > català	57
italià > castellà	74
portuguès > català	21
portuguès > castellà	29
rus > català	15
rus > castellà	26
xinès > català	8
xinès > castellà	10

#### 4.3.3.2. La competència directa en xifres

És difícil i pràcticament impossible obtenir dades que representin tots els professionals de la traducció i de la interpretació que estan oferint traduccions i interpretacions des del francès i el xinès cap al català i/o castellà. No obstant això, per tenir una idea global de l'oferta actual que hi ha d'aquestes dues llengües, n'analitzarem la representació que tenen dintre de l'Associació Espanyola de Traductors, Correctors i Intèrprets (ASETRAD) i de l'Associació Professional de Traductors i Intèrprets de Catalunya (APTIC).

Pel que fa a la representació del francès i del xinès dintre de l'Associació Professional de Traductors i Intèrprets de Catalunya, aquests resultats són els que s'obtenen:

COMBINACIÓ LINGÜÍSTICA	NOMBRE DE TRADUCTORS INSCRITS A L'APTIC
francès > català	169
francès > castellà	212
xinès > català	8
xinès > castellà	10

Quant a l'Associació Espanyola de Traductors, Correctors i Intèrprets, les xifres són les següents:

COMBINACIÓ LINGÜÍSTICA	NOMBRE DE TRADUCTORS INSCRITS A L'ASETRAD
francès > català	20
francès > castellà	284
xinès > català	0
xinès > castellà	3

Com podem apreciar clarament amb aquestes taules de dades, la competència pel que fa al francès és bastant elevada. En canvi, el nombre de professionals que treballen des del xinès és força limitat. Cal tenir en compte que aquestes dades no representen tot el mercat i que, evidentment, el nombre de professionals amb aquests perfils professionals és molt superior. Això no obstant, amb la representació d'ambdues llengües dintre d'aquestes associacions podem obtenir un visió general de la representació que tenen dintre del mercat laboral de la traducció.

#### 4.3.4. Anàlisi DAFO

Amb la següent taula plantegem les principals amenaces i oportunitats que se'ns presenten per al desenvolupament de l'activitat, així com els nostres punts forts i les nostres debilitats respecte a la competència.

DEBILITATS	FORTALESES
Escàs coneixement i reconeixement de la professió.	Formació obtinguda.
Inexistència de comitès de normes de terminologia.	Capacitat de creixement tant en diversificacions com en especialització en serveis concrets.
Discontinuitat productiva.	Possibilitat d'aconseguir clients en totes les parts del món.
AMENACES	OPORTUNITATS
Barreres d'entrada a nous competidors baixes.	Facilitats i oportunitats que ofereixen les TIC per a la prestació dels serveis.
Serveis oferts per no professionals a preus molt baixos.	Globalització: facilitat per a internacionalitzar serveis i creixement del comerç exterior.
Increment del nombre de persones que saben idiomes.	Potenciació del turisme de reunions com a producte turístic.

El que deduïm d'aquesta anàlisi és que la balança entre les debilitats i amenaces i les fortaleces i oportunitats sembla que està força equiparada. Això no obstant, si ens posem a analitzar-la detingudament, observem que podem fer front a les debilitats amb els nostres punts forts i que les oportunitats es sobreposen a les amenaces que ens poden sorgir.

Com podem veure, un dels principals problemes per a nosaltres, els traductors autònoms, és la manca de reconeixement i la irregularitat productiva, que fa que no tinguem un sou fix. De totes maneres, la nostra formació acadèmica és un punt fort, perquè ens pot ajudar a aconseguir una bona posició entre la competència. Cal tenir molt present que una part d'aquesta competència són persones que saben idiomes, però que no són professionals de la traducció, la qual cosa suposa una amenaça per a nosaltres, perquè aquest tipus de persones, amb coneixements d'idiomes, cada cop són més nombroses. Així, com més preparats estiguem, acadèmicament parlant, més ens

diferenciarem d'aquest tipus de competència i podrem oferir als nostres clients la garantia d'uns serveis de qualitat.

Un altre dels avantatges d'aquest negoci és la possibilitat de trobar clients a qualsevol part del món, possibilitat que permet ampliar el nostre mercat. A més a més, cal tenir en compte també que el nostre negoci pot estar en continu creixement, si anem diversificant els serveis oferts o bé si ens especialitzem en alguns d'aquests serveis.

D'altra banda, com ja hem dit anteriorment, les TIC han suposat un gran instrument per a donar-nos a conèixer dintre d'aquest gran mercat —el de la traducció—, un mercat que no deixa de créixer gràcies a l'increment produït en el sector turístic, per exemple, o a l'augment del comerç exterior.

#### 4.3.5. Tarifes

##### 4.3.5.1. Tarifes actuals que podem trobar al mercat

Les següents dades estan extretes de la pàgina web de l'Associació Professional de Traductors i Intèrprets de Catalunya. Es van obtenir a partir de la resposta de diferents professionals de la traducció, l'any 2009.

##### Català <> castellà

	Tarifa per paraula agència espanyola	Tarifa mínima agència espanyola	Tarifa per paraula client directe nacional	Tarifa mínima client directe nacional	Tarifa per paraula client directe estranger	Tarifa literària per pàgina de 2.100 caràcters	Tarifa per paraula traducció jurada	Tarifa mínima traducció jurada
Preu mig	0,057 €	25,05 €	0,077 €	35 €	0,08 €	11,5 €	0,099 €	40,830 €

### Castellà <> català

	Tarifa per paraula agència espanyola	Tarifa mínima agència espanyola	Tarifa per paraula client directe nacional	Tarifa mínima client directe nacional	Tarifa per paraula client directe estranger	Tarifa literària per pàgina de 2.100 caràcters	Tarifa per paraula traducció jurada	Tarifa mínima traducció jurada
Preu mig	0,058 €	21,72 €	0,073 €	30,2 €	0,74 €	11,35 €	0,102 €	35,83 €

### Francès > català

	Tarifa per paraula agència espanyola	Tarifa mínima agència espanyola	Tarifa per paraula agència estrangera	Tarifa per paraula client directe nacional	Tarifa mínima client directe nacional	Tarifa per paraula client directe estranger	Tarifa literària per pàgina de 2.100 caràcters	Tarifa per paraula traducció jurada	Tarifa mínima traducció jurada
Preu mig	0,067 €	25,833 €	0,122 €	0,099 €	31,25 €	0,137 €	12,5 €	0,133 €	43,75 €

### Francès > castellà

	Tarifa per paraula agència espanyola	Tarifa mínima agència espanyola	Tarifa per paraula agència estrangera	Tarifa per paraula client directe nacional	Tarifa mínima client directe nacional	Tarifa per paraula client directe estranger	Tarifa literària per pàgina de 2.100 caràcters	Tarifa per paraula traducció jurada	Tarifa mínima traducció jurada
Preu mig	0,064 €	27,083 €	0,10 €	0,095 €	34,286 €	0,11 €	11,667 €	0,13 €	36,667 €

### Xinès > català

	Traducció general tarifa per paraula	Tarifa literària per pàgina de 2.100 caràcters	Traducció jurada tarifa per paraula
Preu mig	0,15 €	18 €	0,21 €



## Xinès > castellà

	Traducció general tarifa per paraula	Tarifa literària per pàgina de 2.100 caràcters	Traducció jurada tarifa per paraula
Preu mig	0,15 €	18 €	0,20 €

## Interpretació d'enllaç

	Mínim client directe	½ jornada client directe	Jornada client directe	Mínim agència	½ jornada agència	Jornada agència
Preu mig	182,94 €	269,67 €	404,64 €	160,62 €	252,25 €	386,70 €

## Correcció de traduccions

	Tarifa per paraula agència espanyola	Tarifa per pàgina agència espanyola	Tarifa per hora agència espanyola	Tarifa per paraula client directe nacional	Tarifa per hora client directe nacional
Preu mig	0,026 €	9,7 €	23,380 €	0,035 €	32,18 €

## Correcció d'originals

	Tarifa per paraula agència espanyola	Tarifa per pàgina agència espanyola	Tarifa per hora agència espanyola	Tarifa per paraula client directe nacional	Tarifa per hora client directe nacional
Preu mig	0,025 €	2,826 €	23,583 €	0,033 €	34,09 €

#### 4.3.5.2. Les nostres tarifes

A l'hora d'establir els preus caldrà que tinguem en compte les següents variables: els costos, la demanda i la competència.

A l'apartat d'Annexos, hem afegit uns quadres de tarifes orientatives, que inclouen el preu dels diferents serveis que oferirem.

#### 4.3.6. *Promoció*

L'estratègia de promoció es centrarà en la prescripció per part d'altres clients, a través de l'avaluació de la satisfacció, i en la presentació dels serveis de forma personal i a través de les xarxa.

##### 4.3.6.1. Promoció tradicional

Malgrat les noves tecnologies, que de vegades ens poden allunyar del client, és imprescindible mantenir un contacte directe amb la nostra clientela de manera personalitzada, és el que es coneix com màrqueting cara a cara. Cal tenir present que sovint un somriure distès fa més per a la imatge del negoci que cent anuncis a la televisió.

Durant les reunions amb els clients és imprescindible conèixer les seves necessitats per a poder realitzar un assessorament pertinent de com ajustar necessitats, solucions i pressupost. D'altra banda, sovint la presentació personal permet donar a conèixer serveis que els mateixos clients ignoren.

D'aquesta manera, per començar a treballar en aquest mercat, seguirem les següents estratègies de promoció tradicional:

- Visites a empreses: en aquestes visites presentarem el ventall de serveis que oferirem.
- Visites a entitats turístiques, interessades en la traducció de webs, catàlegs, menús de restaurants, etc.
- Acords de col·laboració amb agències de traducció.
- Afiliació a associacions de traductors i intèrprets: l'APTIC i l'Asetrad.
- Targetes de presentació: per al primer any d'activitat, l'encàrrec serà d'aproximadament unes 500 targetes i el cost serà de 10 €.

#### 4.3.6.2. Internet: una nova forma de promoció

Internet ha transformat significativament la forma de comunicar-se de les empreses i és un dels vehicles més importants i utilitzats per a fer publicitat i vendre productes i serveis. Per tant, tenir presència a la xarxa és una oportunitat de creixement per a qualsevol negoci i, en el cas de les pimes, és innegable que l'ús d'Internet els aporta una millora important de la competitivitat.

Ara bé, és important tenir present que la utilització simple de la xarxa no garanteix res i és aquí on intervé el màrqueting digital. Aquest màrqueting en línia disposa d'un seguit d'eines que ens ajudaran a fer-nos veure a la xarxa. A continuació, detallem les estratègies que seguirem per intentar que la nostra presència a la xarxa sigui notable:

- Creació d'una pàgina web:

En aquest web constaran les nostres dades de contacte, els serveis que oferirem i les tarifes respectives. Per a crear-la, utilitzarem Wix, que permet crear llocs web en Flash. Es treballa en línia i és totalment gratuït, únicament cal registrar-s'hi. Aquesta eina permet crear pàgines web a partir de plantilles predissenyades o crear-les totalment noves. D'altra banda, el manteniment de la pàgina web creada el podem realitzar nosaltres mateixos: disposarem d'un compte propi i podem editar qualsevol informació, estigui en mode esborrany o ja publicada. D'aquesta manera, no hi haurà cap tipus d'inversió per a la creació i el manteniment de la nostra pàgina web. Evidentment, demanarem assessoria completa d'allotjament web, continguts i visibilitat, però aquesta ajuda ens l'oferirà una persona coneguda de manera totalment gratuïta —li traduirem algunes de les seves pàgines web i ell ens crearà i dissenyarà la nostra.

Cal tenir en compte que els cercadors juguen un paper clau en la visibilitat de la nostra pàgina web i que disposar d'un web que no es trobi en les primeres posicions per als usuaris que conformen el nostre client potencial és com no ser a la xarxa. Per aconseguir aquestes primeres posicions, el màrqueting digital ens ofereix dues possibilitats: les campanyes de pagament per clic i les estratègies de posicionament natural.

Les campanyes de pagament per clic, també anomenades enllaços patrocinats, són un model publicitari a Internet. Aquests enllaços patrocinats són els resultats que apareixen en les primeres posicions ombrejats i/o a la dreta de certes recerques. Les campanyes de pagament per clic basen el funcionament en un sistema de preus de cost per clic. De manera que l'anunciant només paga per visita rebuda i no per mostrar l'anunci.

Quant al posicionament natural en cercadors (SEO, *Search engine optimization*), fa referència als resultats clàssics als cercadors. Per a aconseguir les millors posicions, hem d'optimitzar els paràmetres que influeixen directament en els algorismes interns

d'avaluació que utilitzen els cercadors a l'hora de decidir el rànquing de resultats. Una estratègia de posicionament natural té per objectiu obtenir i mantenir a llarg termini els primers llocs als cercadors amb paraules clau utilitzades pels clients potencials.

En el quadre següent comparem les dues opcions:

	Estratègia	Duració	Cost	Temporització	Resultat
<b>Posicionament natural</b>	Mitjà/llarg termini	Perdurable	Baix/Mitjà	Dos mesos – un any	No garantit
<b>Pagament per clic</b>	Curt termini	Puntual/ Campanya	Mitjà/Alt	Unes hores	Garantit

En el nostre cas, la millor estratègia és la del posicionament natural, perquè necessitem resultats a llarg termini, és a dir, ens interessa estar visibles contínuament i no només en moments puntuals. L'opció del pagament per clic seria idònia, per exemple, per a una empresa que necessita 1.000 visites en dos dies.

A més a més, hi ha d'altres formes per a donar a conèixer el nostre web:

- Incloure en les targetes de visita, factures i papereria en general l'adreça de la nostra pàgina web.
- Activar l'autosignatura en tots els nostres missatges de correu electrònic, incloent-hi la nostra adreça web.
- Enllaçar els perfils que tinguem a les xarxes socials amb el nostre lloc web.

Altrament, el màrqueting digital disposa de moltes més eines i solucions per a arribar al públic objectiu i reforçar la imatge d'una empresa. Així, cal tenir molt presents el màrqueting per correu electrònic, el màrqueting d'afiliació, el màrqueting social i el màrqueting viral.

- Publicitat a través del correu electrònic i subscripció a llistes de distribució: màrqueting per correu electrònic

Es tracta d'una eina molt eficaç, ràpida i econòmica per a fer campanyes publicitàries directament a través del correu electrònic. Podem adquirir nous clients a través de llistes de persones del nostre públic objectiu gràcies al lloguer de llistes externes.

- Enllaços a altres webs: màrqueting d'afiliació

Aquest tipus de màrqueting inclou totes aquelles relacions comercials en què un comerciant (sigui una tenda en línia o un anunciant) promociona els seus productes o serveis mitjançant anuncis i un afiliat (normalment un lloc web) inserta aquests anuncis a les seves pàgines web. Cada cop que un usuari visita una pàgina web d'un afiliat i mostra interès per una promoció de l'anunciant, té la possibilitat de fer clic al bàner (la peça publicitària de l'anunciant inclosa en aquest web de l'afiliat) i realitzar una acció determinada al web de l'anunciant, ja sigui comprar, registrar-se, etc. Per aquesta acció l'afiliat rep una comissió.

El màrqueting d'afiliació pot ser una bona opció per a donar-nos a conèixer. De manera que, com més afiliats tinguem, més grans seran les possibilitats d'obtenir nous clients.

- Xarxes socials, fòrums i blogs: màrqueting social

Actualment, ja no es parla de l'era de la informació, sinó de l'era de la participació. Els nous usuaris no són només receptors d'informació corporativa, sinó que s'han convertit en emissors d'informació i opinions. Són consumidors que a través dels seus comentaris i de les seves converses poden influir sobre altres usuaris consumidors i, de fet, molts d'aquests clients/usuaris naveguen per Internet per deixar-se aconsellar per altres clients/usuaris.

Amb aquest nou paper dels usuaris, sorgeix la necessitat de les empreses de participar activament en xarxes socials, fòrums i blogs. Com més actius siguem i quanta més presència tinguem, més usuaris hi haurà que ens coneguin.

Així, a més a més de participar en fòrums i blogs de traducció, crearem un perfil professional al Facebook, en què hi constarà, com a la pàgina web, la següent informació: dades de contacte, serveis que oferirem i tarifes. Aquest perfil estarà enllaçat amb el lloc web creat, de manera que aquells que consultin el perfil podran accedir fàcilment a la pàgina web. En aquest perfil compartirem i crearem articles relacionats amb la traducció i la interpretació i prestarem ajuda a altres professionals d'aquest àmbit.

- El boca- orella a la xarxa: màrqueting viral

Parlem de màrqueting viral per referir-nos a aquella publicitat que es propaga per ella mateixa. Per exemple, en el màrqueting per correu electrònic, es produeix *viralitat* quan un usuari reenvia un correu electrònic a un altre usuari, provocant-ne un efecte multiplicador, per això la importància d'aquest màrqueting. Un missatge enviat inicialment a 10 persones pot acabar arribant a 10.000, per exemple.

Com podem veure, hi ha moltes estratègies per a donar-nos a conèixer i per a comunicar-nos amb els clients. És important estar familiaritzats amb totes per garantir una bona promoció del nostre negoci, perquè la promoció està estretament relacionada amb l'èxit de la nostra activitat. Si no ens coneix ningú, de què serveix oferir una molt bona qualitat en les nostres traduccions? És molt important que els clients potencials ens coneguin i que sàpiguen què oferim i com ho oferim.

#### 4.3.7. *Previsió de vendes*

A fi de calcular les previsions de vendes per als tres primers anys de l'activitat, tindrem en compte els següents criteris:

- **Avaluar la relació entre clients i no clients:** Cal no cometre l'error de suposar que, dintre del segment del mercat escollit, hi haurà un percentatge del 100 % de clients dels serveis que oferirem.
- **Nivell de consum i freqüència:** Cal conèixer els possibles clients, però també és necessari obtenir una idea de la quantitat de serveis que sol·licitaran. A més a més, també cal tenir en compte que hi haurà períodes en què la demanda dels serveis presentarà notables increments, com per exemple en les temporades altes de turisme: una agència turística requerirà probablement més serveis de traducció per a cartes de restaurants, promocions d'activitats d'oci, etc.
- **Grau de satisfacció dels clients actuals respecte als serveis que ja s'estan oferint:** El cas en què el grau de satisfacció és baix és el més favorable per a nosaltres, perquè aquesta insatisfacció els incitarà a canviar.
- **Grau d'importància del servei ofert:** Quan el grau d'importància pel client és elevat, per exemple, també és elevat el grau de receptivitat, perquè qualsevol millora que li puguem oferir tindrà un gran impacte en la seva activitat.

Considerant aquests quatre factors podrem avaluar quina és la demanda aproximada en el segment del mercat escollit, punt de partida per a establir la previsió de vendes. Evidentment, és molt difícil aconseguir xifres exactes que ofereixin aquestes dades. Tanmateix, donant un cop d'ull al mercat actual es pot tenir una idea general. Per exemple, pel que fa al grau d'importància del servei ofert, una empresa espanyola que mantingui relacions comercials freqüents amb una empresa de la Xina, podrà esdevenir fàcilment un client potencial dels serveis oferts, si aquests serveis li suposen una millora important, com podria ser un cost inferior de les traduccions i dels serveis d'interpretació.

A més a més de tots aquests factors, caldrà tenir present que partim des de zero, és a dir, que entrem per primer cop al mercat laboral de la traducció i de la interpretació. Aquest factor serà fonamental per a realitzar la previsió de vendes, que s'inclourà a l'apartat del pla econòmic-financer. Preveiem que aquestes previsions s'assoliran a partir del tercer any des de l'inici de l'activitat, perquè passat aquest període ja ens haurem pogut fer un lloc al mercat de la traducció.

D'altra banda, també cal tenir en compte que oferirem diversos serveis i que els ingressos derivats de cadascun d'aquests serveis no seran els mateixos. Així, en el següent quadre realitzem una previsió de la distribució percentual dels ingressos:

SERVEI	PERCENTAGE
Traducció general	30%
Traducció editorial: literària i no literària	16%
Traducció especialitzada	11%
Revisió i correcció	16%
Interpretació d'enllaç	14%
Traducció subcontractada	13%

## ***4.4. Pla d'operacions***

Aquest punt està destinat a definir els aspectes relacionats amb la prestació dels serveis, amb la gestió de la qualitat, amb la logística d'equipaments i infraestructures i amb les mesures de protecció a la feina.

### ***4.4.1. Prestació dels serveis***

La determinació del procés de prestació dels serveis està estretament relacionada amb l'èxit d'un projecte, tenint en compte que la gestió de projectes de traducció comprèn diverses tasques de major o menor rellevància, que marquen de forma decisiva aquest èxit.

Els passos que seguirem per prestar els serveis oferts seran els següents:



**Primer pas.** El client sol·licitarà un pressupost. Haurà d'indicar l'idioma de l'encàrrec, el grau d'especialització, la llargària del text, la urgència, etc.

**Segon pas.** Nosaltres li facilitarem un pressupost —sempre aproximat—, en què inclourem el termini d'entrega, tenint en compte les dades proporcionades segons el pas 1.

**Tercer pas.** Tan aviat s'accepti el pressupost, iniciarem el procés de traducció.

**Quart pas.** Un cop rebut l'encàrrec, farem una lectura minuciosa del document amb què haurem de treballar, abans de posar-nos a traduir-lo.

**Cinquè pas.** Començarem a traduir el document, havent realitzat prèviament una selecció dels recursos necessaris per a la traducció.

**Sisè pas.** Revisarem el text traduït.

**Setè pas.** Un cop traduït i revisat el document, realitzarem la maquetació, sempre que s'hagi sol·licitat en anterioritat.

**Vuitè pas.** Entregarem el projecte al client dintre del termini establert i realitzarem la factura corresponent a l'encàrrec acomplert.

*Procés de prestació de serveis*

#### 4.4.2. *Procediments i controls de qualitat*

La qualitat d'una feina implica la capacitat del traductor per a realitzar-la, la qualitat del contingut i la puntualitat amb què es realitza.

- **Capacitat.** Haurem de determinar a priori si disposem de la capacitat necessària per a dur a terme un encàrrec determinat. La capacitat per a realitzar una feina s'analitzarà en funció dels nostres coneixements i del temps de què disposarem.
- **Contingut.** Pel que fa a la traducció escrita, qualsevol traducció haurà de reflectir l'equilibri entre la fidelitat a l'original i l'estil apropiat de l'idioma d'arribada i del propòsit del text. Quant als encàrrecs d'interpretació, caldrà assegurar la major comunicació entre les persones que hauran sol·licitat els serveis.
- **Puntualitat.** Haurem de realitzar qualsevol traducció escrita respectant sempre els terminis acordats amb el client. En els casos d'interpretació, arribarem puntuals al lloc indicat per a realitzar la feina.

D'altra banda, a fi de vetllar per la qualitat dels serveis oferts, tindrem en compte també d'altres factors, que especifiquem a continuació:

- **Satisfacció del client.** Aspirar sempre a la plena satisfacció del client, mitjançant l'estricta compliment dels requisits contractats.
- **Abastar-se dels recursos necessaris** (diccionaris, manuals, etc.). Disposar dels recursos pertinents per a cada encàrrec, a fi d'identificar i eliminar els obstacles que puguin aparèixer en el text o document.
- **Sistematitzar els processos.** Sistematitzar els processos, els serveis i les metodologies d'actuació.
- **Prevenir errors.** Corregir els errors realitzats i posar èmfasi en la prevenció per evitar-ne la repetició.
- **Ètica.** Treballar sempre dintre de l'ètica professional.
- **Formació.** Continua formació, per tal d'aconseguir uns professionals altament qualificats.

### 4.4.3. Equip i infraestructures

Preveiem treballar des de casa. De manera que habilitarem una de les habitacions, perquè esdevingui un despatx, on poder atendre els clients. A continuació, detallem la inversió mínima que caldrà fer per poder iniciar aquesta activitat com a traductors autònoms. En aquesta previsió només es tenen en compte els costos relacionats amb la infraestructura necessària per a començar aquesta activitat.

Material d'oficina (cartutxos de tinta, llapis, etc.).....	40 €
Promoció: targetes de presentació.....	10 €
Mobiliari: cadires, taula, prestatgeries.....	923,50 €
Maquinari i programari <sup>2</sup> .....	3.097,95 €
MemSource: programa de traducció assistida (versió gratuïta) <sup>3</sup> .....	0 €
Accés a Internet (factura mensual) .....	24 €
Telèfon mòbil (factura mensual).....	35 €
Llum (factura cada dos mesos).....	16,70 €
<b>TOTAL.....</b>	<b>4.147,15 €</b>

### 4.4.4. Seguretat a la feina i medi ambient

Pel que fa a la normativa de prevenció de riscos laborals aplicable a l'activitat proposada en aquest projecte, cal tenir en compte els següents documents:

- Prevenció de Riscos Laborals. Llei 31/95 del 8 de novembre i la seva modificació per la Llei 54/ 2003 del 12 de desembre. Aquesta llei promou la seguretat i la salut dels treballadors mitjançant l'aplicació de mesures i el desenvolupament d'activitats necessàries per a la prevenció de riscos derivats del treball.

<sup>2</sup> En aquest cas, reduïm el significat de *programari* i fem aquest mot només per a referir-nos a aquells programes que ja vagin inclosos a l'ordinador quan el comprem. És per això que afegim el programa de traducció assistida per separat.

<sup>3</sup> Per a l'inici de la nostra activitat com a traductors autònoms, hem decidit que utilitzarem aquesta versió gratuïta del MemSource, tot i que es tracti d'una versió amb limitacions, perquè només et deixa afegir dos documents per cada projecte. De totes maneres, posteriorment preveiem treballar amb altres programes de traducció assistida més complets, com per exemple el Trados, un dels més sol·licitats pels clients (licència a partir de 395€).

- Real Decret 486/97 del 14 d'abril, sobre disposicions mínimes de seguretat i salut en llocs de feina.
- Real Decret 488/97 del 14 d'abril, sobre disposicions mínimes de seguretat i salut relatives a la feina amb equips que inclouen Pantalles de Visualització de Dades.

En aquest cas, l'anàlisi d'aquesta legislació general és suficient, perquè l'activitat que es durà a terme i la seva estructura limitada fan que els riscos laborals siguin molt reduïts i les seves característiques no responen a cap altra legislació més específica.

La Llei 31/95 de Prevenció de Riscos Laborals constitueix el document bàsic i general en matèria de Prevenció de Riscos Laborals i estableix les obligacions i responsabilitats dels empresaris, treballadors i administracions públiques. Aquesta llei cobreix els següents punts: els possibles riscos i les seves prevencions, els serveis professionals de prevenció, la importància de la consulta i de la participació dels treballadors en el procés o les obligacions dels fabricants i subministradors quant a la seguretat dels productes.

D'altra banda, caldrà tenir presents una sèrie d'aspectes fonamentals, per tal de prevenir riscos de lesions i/o malalties derivades de la feina:

- **Pantalles.** Dues pantalles, una al costat de l'altra. Col·locació adequada: distància superior a 40 cm, però inferior a 90 cm.
- **Teclat.** El teclat ha de ser inclinable i independent de la pantalla i ha d'haver espai suficient al davant per poder recolzar els braços i les mans.
- **Cadira.** Ha de ser un seient amb alçada i profunditat regulables.
- **Taula.** El més idoni és que la taula tingui una alçada superior a 68 cm, però inferior a 84 cm.
- **Silenci, il·luminació i temperatura.** Aquests tres factors han de ser els pertinents per a l'activitat que durem a terme (Soroll: inferior a 55 dB; il·luminació: mínim 500 lux; temperatura: entre 20 °C i 26 °C).
- **Pauses durant la jornada.** Fer pauses per recuperar-se dels esforços i tensions.

Quant al medi ambient, no hi ha cap normativa específica aplicable a l'activitat de traductor autònom.

## **4.5. Pla jurídic-fiscal**

En aquesta secció parlarem de tots els aspectes legals que ens afectaran en el moment de constituir legalment la nostra empresa i també en el transcurs de la nostra activitat diària.

### *4.5.1. Determinació de la forma jurídica i aspectes laborals*

Hem decidit iniciar-nos en el mercat laboral de la traducció i de la interpretació com a empresaris individuals.

En el moment de prendre aquesta decisió hem valorat els avantatges i els inconvenients que suposa emprendre una activitat com a empresari individual.

#### AVANTATGES:

- No és obligatori desemborsar cap capital social inicial.
- Les despeses de constitució són reduïdes o, fins i tot, inexistents.
- Rapidesa i senzillesa en els tràmits per a l'inici de l'activitat.
- Exempció de l'Impost d'Activitats Econòmiques.
- Les obligacions fiscals són bastant senzilles.

#### INCONVENIENTS:

- No hi ha diferència entre el patrimoni empresarial i el personal: l'empresari respon amb el seu patrimoni personal als deutes generats en la seva activitat.
- No es poden tenir socis.
- Les càrregues impositives augmenten a mesura que augmenten els beneficis.

Després de tenir en compte tota aquesta sèrie d'avantatges i d'inconvenients, hem considerat que la fórmula de l'empresari individual és la millor opció, bàsicament perquè és una de les fórmules més senzilles per a començar una activitat empresarial.

Quant als passos que cal seguir per a realitzar la tramitació d'aquesta forma jurídica, en primer lloc cal donar-se d'alta del cens d'Hisenda i en segon lloc és necessari donar-se d'alta del Règim Especial de Treballadors Autònoms. A més a més, també cal comunicar l'obertura del centre de treball.

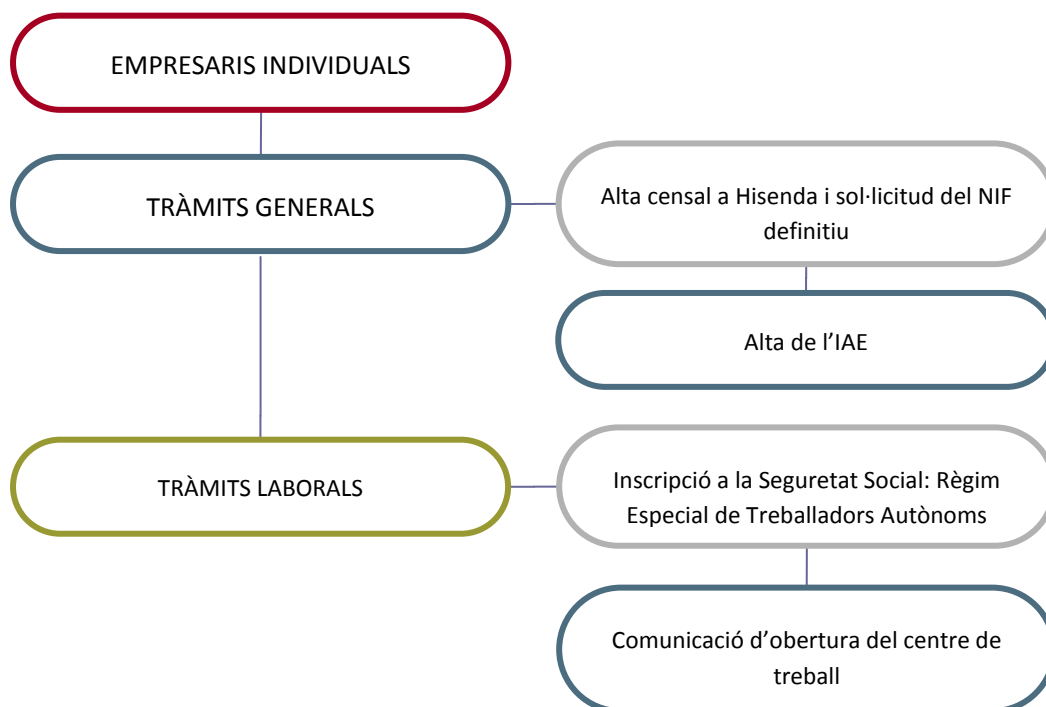
El primer que s'haurà de fer, doncs, serà anar a l'administració de l'Agència Tributària i donar-se d'alta del cens d'Hisenda. Per fer-ho, caldrà omplir el model 036. L'epígraf

que correspon als traductors i intèrprets és l'epígraf 774, 2<sup>a</sup> secció. Amb aquest mateix tràmit s'iniciarà també l'alta de l'Impost d'Activitats Econòmiques, tot i que actualment no cal pagar-lo.

*Exempció: Les persones físiques o autònoms residents a Espanya no hauran de pagar aquest impost, encara que sí hauran d'informar de les dades rellevants a efecte de l'impost mitjançant el mateix model 036. Les societats civils privades poden restar subjectes a l'impost de l'IAE, depenent de la configuració de l'activitat. En tot cas, estan exempts si la suma dels seus ingressos (exclòs l'IVA) no supera el milió d'euros.*

Un cop fets els tràmits pertinents a Hisenda, es tindrà un mes a partir del moment de l'inici de l'activitat econòmica per a donar-se d'alta del Règim Especial de Treballadors Autònoms de la Seguretat Social i un mes des que s'obri el centre de treball per a comunicar-ne l'obertura al Departament de Treball.

En el següent esquema es mostren aquests passos, que ens caldrà seguir a l'hora de posar en marxa la nostra activitat com a traductors autònoms. Cal no oblidar que treballarem des de casa, de manera que ens estalviarem alguns dels tràmits, com per exemple els referents a l'adquisició d'un immoble.



Pel que fa als costos d'aquestes tramitacions, tenint en compte que l'alta del cens d'Hisenda i la del Règim Especial de Treballadors Autònoms són gratuïtes, l'única despesa inicial, serà la quota d'autònoms, a comptar a partir del primer mes des de l'inici de l'activitat. Aquesta quota és de 264,44 € mensuals per a la base mínima de cotització. Ara bé, hi ha una bonificació per a autònoms joves incorporats al RETA: les dones menors de 25 anys i els homes menors de 30 tenen dret a una reducció sobre la quota de contingències comunes durant els 15 mesos següents a la data d'alta, equivalent al 30 % resultant d'aplicar el tipus mínim vigent (29,80 %) a la base de cotització d'aquest règim i una bonificació de la mateixa quantia durant els 15 mesos següents a la finalització d'aquesta reducció anterior. La quota mínima resultant en 2015 és de 183,28 € al mes. A més a més, hi ha un altre descompte (no compatible amb la bonificació explicada anteriorment), la tarifa plana de 50 €. La quantia d'aquesta tarifa va augmentant en funció del temps:

- Els primers 6 mesos, la quota es queda amb **52,88 €**.
- Del mes 7 al mes 12, la quota és de **132,22 €**.
- Del mes 13 al mes 15, la quota és de **185,108 €**.
- Durant els 15 mesos següents a la finalització del període de reducció s'ofereix a més a més una bonificació del 30 %, de manera que la quota es queda també amb **185,108 €**.

Com que som menors de 30 anys podrem optar per la tarifa plana. Així, el primer mes de la nostra activitat com autònoms haurem de pagar 52,88 €.

#### *4.5.2. Obligacions legals*

Les obligacions legals per als treballadors autònoms són de dos tipus, bàsicament: les fiscals i les del sistema de previsió obligatòria de la seguretat social.

Com ja s'ha dit a l'apartat anterior, haurem de pagar mensualment la quota d'autònoms, que en 2015 és de 264,44 € per a la base mínima de cotització. Tenint en compte el descompte aplicable durant els primers 30 mesos des de la data d'alta al RETA.

Quant a les obligacions fiscals, cal distingir entre les declaracions trimestrals i les anuals.

#### **DECLARACIONS TRIMESTRALS**

Hem de realitzar totes aquelles declaracions incloses al model 036-037 que siguin aplicables a l'activitat que volem iniciar, en aquest cas ho són:

- Model 300: IVA.
- Model 130: pagaments fraccionats a compte de la renda.

Aquestes declaracions es fan per trimestres naturals: de l'1 al 20 d'abril es fa la declaració del primer trimestre (gener-març); de l'1 al 20 de juliol, la del segon trimestre (abril-juny); de l'1 al 20 d'octubre, la del tercer trimestre (juliol-setembre); i de l'1 al 30 de gener, la del quart trimestre (octubre-desembre).

## DECLARACIONS ANUALS

Hem de presentar-les conjuntament amb les del quart trimestre. Es presenten a Hisenda i són simplement declaracions informatives.

- Model 390: és el resum anual del model 300.
- Pel que fa a la declaració trimestral del model 130, no se n'ha de fer cap declaració anual al gener, perquè el resum del model 130 és la pròpia declaració de la renda, que es fa al maig-juny.

Per tant, els impostos que haurem de pagar seran l'IVA i l'IRPF.

## IVA

El percentatge d'IVA aplicable a les factures és del 21 % (Règim General d'IVA). S'ha de calcular i ingressar trimestralment la diferència entre l'IVA reportat (cobrat) i l'IVA suportat (pagat).

## IRPF

A partir de l'1 de gener de 2015 el percentatge de retenció és del 19 % (durant el 2013 i el 2014 era del 21 %). Tanmateix, els nous autònoms podran aplicar només un 9 % durant els tres primers anys des de l'inici de l'activitat. A més a més, des del 5 de juliol de 2014, els autònoms amb rendes inferiors a 15.000 € anuals podran tributar l'IRPF al 15 %.

D'altra banda, a més a més d'aquestes obligacions legals, també haurem de portar la comptabilitat de la nostra activitat i haurem de registrar-hi totes les factures emeses i rebudes. Actualment, és obligatori conservar-la durant 5 anys, tot i que es preveu que aviat caldrà fer-ho durant 10 anys.



### *4.5.3. Permisos, llicències i documentació oficial*

Com que treballarem des de casa, no necessitarem cap permís o cap llicència especial per a poder realitzar la nostra activitat com a traductors autònoms. Per tant, l'única documentació oficial requerida per a l'inici d'aquesta activitat, comentada ja en l'apartat anterior, serà la següent:

- Hisenda:
  - Declaració censal d'alta a Hisenda.
  - Sol·licitud del Número d'Identificació Fiscal.
  - Declaració d'alta de l'Impost d'Activitats Econòmiques.
- Seguretat Social:
  - Declaració d'alta i afiliació al Règim Especial de Treballadors Autònoms.
- Departament de Treball:
  - Comunicació d'obertura del centre de treball.

### *4.5.4. Cobertura de responsabilitats*

Per dur a terme l'activitat de traducció i d'interpretació proposada en aquest projecte, preveiem contractar una assegurança de responsabilitat civil, sobretot per a aquells casos en què les traduccions es facin a partir de textos tècnics i científics. Aquesta assegurança ens cobrirà per danys a tercers derivats de l'exercici habitual de la nostra activitat laboral.

La modalitat de contractació per la qual optarem serà la de 150.000 € i la quota anual d'aquesta assegurança serà de 424,60 €, és a dir, 35,383 € al mes.

## **4.6. Pla econòmic-financer**

En aquesta àrea avaluarem la viabilitat econòmica del nostre projecte. De fet, aquest apartat ens servirà per a quantificar, ordenar i avaluar totes les decisions que hem anat definint al llarg d'aquest pla d'empresa.

#### 4.6.1. Pla d'inversions i finançament

La inversió inicial necessària per a desenvolupar aquest projecte empresarial és de 5.571,45 €. En el quadre següent detallem els costos inicials als quals haurem de fer front.

	PRIMER ANY	SEGON ANY	TERCER ANY
<b>INVERSIONS MATERIALS</b>	<b>4.071,45 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
Material d'oficina	40,00 €	0,00 €	0,00 €
Targetes de presentació	10 €	0,00 €	0,00 €
<b>Maquinari i programari</b>	<b>3.097,95 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
Ordinador	1.849,00 €	0,00 €	0,00 €
Pantalla addicional	1.149,00 €	0,00 €	0,00 €
Impressora	99,95 €	0,00 €	0,00 €
<b>Mobiliari</b>	<b>923,50 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
Taula	279,00 €	0,00 €	0,00 €
Cadires (3 unitats)	117,00 €	0,00 €	0,00 €
Cadira giratòria	31,50 €	0,00 €	0,00 €
Prestatgeries (2 unitats)	496,00 €	0,00 €	0,00 €
<b>DESPESES DE CONSTITUCIÓ</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>PROVISIÓ DE FONS</b>	<b>1.500,00 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>
<b>TOTAL INVERSIONS</b>	<b>5.571,45 €</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>

### 4.6.2. Compte de resultats

	PRIMER ANY	SEGON ANY	TERCER ANY
<b>INGRESSOS</b>	<b>8.820,00 €</b>	<b>15.876,00 €</b>	<b>26.460,00 €</b>
Prestació de serveis (IVA no inclòs)	8.820,00 €	15.876,00 €	26.460,00 €
<b>DESPESES</b>	<b>4.881,96 €</b>	<b>6.703,77 €</b>	<b>11.807,08 €</b>
Despeses generals: material d'oficina, reparacions, etc. (IVA no inclòs)	316,00 €	316,00 €	316,00 €
Internet (IVA no inclòs)	227,52 €	229,38 €	231,25 €
Telèfon (IVA no inclòs)	331,8 €	341,75 €	351,70 €
Llum (IVA no inclòs)	79,16 €	81,53 €	84,06 €
Assegurances	424,60 €	437,34 €	450,08 €
Seguretat Social	1.110,6 €	2.221,30 €	2.697,29 €
Retencions IRPF	793,8 €	1.428,84 €	2.381,4 €
Diferència entre IVA reportat i IVA suportat	1.598,48 €	3.076,47 €	5.295,3 €
<b>RESULTAT</b>	<b>3.938,04 €</b>	<b>9.172,23 €</b>	<b>14.652,92 €</b>

### 4.6.3. Sistema de cobraments i pagaments

Tant els cobraments com els pagaments s'efectuaran per mitjà de factures, perquè és de l'única manera que podrem dur al dia la comptabilitat de la nostra activitat.

Com ja hem explicat a l'apartat 4.4.1, per cada encàrrec realitzat, farem una factura. El client haurà de pagar la quantitat indicada fent un ingrés al nostre compte corrent. Prèviament facilitarem un pressupost al client, que li permetrà fer-se una idea del cost de l'encàrrec.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> A l'apartat d'Annexos, hem inclòs un model de pressupost i un model de factura.

Pel que fa als pagaments, cada cop que realitzarem una despesa relacionada amb la nostra activitat laboral, en demanarem la factura, no només per dur correctament la comptabilitat, sinó també per saber l'IVA pagat a l'hora de fer les declaracions trimestrals.

## 5. Conclusions

Com hem pogut veure amb les dades aportades per a realitzar l'estudi de mercat, en els darrers set anys el nombre d'empreses dedicades a la traducció i el de traductors autònoms han disminuït considerablement. Això no obstant, segueix havent una forta competència —només considerem competència directa aquells professional i/o empreses que treballen amb les mateixes llengües que nosaltres—, perquè existeixen traductors altament qualificats. A més a més, també cal tenir present que la competència provinent de persones que saben idiomes, però que no han estudiat Traducció i Interpretació, va en augment.

Malgrat aquesta competència i tenint en compte d'altres factors del mercat, com per exemple l'augment de la demanda de serveis de traducció i d'interpretació, sobretot en l'àmbit comercial, considerem que és el moment idoni per a oferir al mercat els nostres serveis, perquè el perfil que nosaltres tenim és escàs. Com hem dit, volem treballar amb les següents combinacions: francès, xinès > català, castellà; i català <> castellà. El tret diferencial és, per tant, el xinès. Pel que fa a aquest idioma, cal dir que recentment s'ha experimentat un fort creixement en la demanda de serveis de traducció i d'interpretació. Ara bé, si comparem dades, podem veure que l'oferta d'aquest tipus de serveis —amb el xinès com a llengua de partida— continua sent molt inferior a la dels serveis disponibles amb la resta de llengües. De manera que tenir el perfil professional que nosaltres tenim és un punt a favor per a fer-nos un lloc dintre del món laboral.

Un cop analitzat el mercat en què tenim pensat introduir-nos, cal preparar el pla d'empresa. És indispensable saber què hem de fer per a poder iniciar la nostra activitat com a traductors autònoms i què podem fer per a donar-nos a conèixer i per a mantenir-nos dintre d'aquest mercat.

Finalment, fet ja el pla d'empresa, només queda posar-lo en pràctica, creuar els dits i... esforçar-nos perquè tot surti bé. L'èxit no es troba, es busca.

## 6. Bibliografia consultada

Agencia de Desarrollo Local de Laviana (ed.). *Guía de orientación a la Inserción Laboral* (PDF). Laviana (Astúries): Edicions CMAN. Disponible a:

<[https://www.asturias.es/RecursosWeb/trabajastur/Otra\\_Documentacion/Gu%C3%83%C2%ADa%20de%20Orientaci%C3%83%C2%B3n%20a%20la%20Inserci%C3%83%C2%B3n%20Laboral.pdf](https://www.asturias.es/RecursosWeb/trabajastur/Otra_Documentacion/Gu%C3%83%C2%ADa%20de%20Orientaci%C3%83%C2%B3n%20a%20la%20Inserci%C3%83%C2%B3n%20Laboral.pdf)> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

Agència Tributària. 2014. Govern d'Espanya. 31 de març de 2015.

<<http://www.agenciatributaria.es/>>

Ajuntament de Barcelona. *Turisme, fires i congressos* (PDF). Barcelona: Ajuntament de Barcelona. Disponible a:

<<http://barcelonaeconomia.bcn.cat>> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

ALMOGUERA, J.A. *Plan de Negocio* (PDF). Madrid: Club Internacional del Libro Marketing Directo, S.L. Esine – Centro de Estudios Técnicos Empresariales. Disponible a:

<[file:///C:/Users/3d/Downloads/plandenegocio%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/3d/Downloads/plandenegocio%20(1).pdf)> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

APTIC : *Associació Professional de Traductors i Intèrprets de Catalunya*. 2015. APTIC. 31 de març de 2015. <<http://www.aptic.cat/>>

Àrea d'Empreses del Centre de Promoció. *Guia per a elaborar un pla de viabilitat* (PDF). Manises: Centre de Desenvolupament Tecnològic Empresarial. Disponible a:

<[file:///C:/Users/3d/Downloads/Guia%20PLA%20DE%20VIABILITAT%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/3d/Downloads/Guia%20PLA%20DE%20VIABILITAT%20(1).pdf)> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

Asetrad: *Asociación Española de Traductores, Correctores e Intérpretes*. 2015. Asetrad. 31 de març de 2015. <<http://www.asetrad.org/>>

Asociación Española de Traductores, Correctores e Intérpretes. *Encuesta sobre hábitos en la determinación de las tarifas* (PDF). Madrid: Asetrad, 2008. Disponible a:

<[http://www.asetrad.org/PDFs/Encuesta\\_HabitosTarifas\\_completa.pdf](http://www.asetrad.org/PDFs/Encuesta_HabitosTarifas_completa.pdf)> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

Associació Professional de Traductors i Intèrprets de Catalunya. *Encuesta de tarifas 2009* (PDF). Barcelona: APTIC. Disponible a:

<<http://www.aptic.cat/>> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

Associació Professional de Traductors i Intèrprets de Catalunya. *Vull treballar per compte propi. Preguntes freqüents de fiscalitat* (PDF). Barcelona: APTIC. Disponible a:

<<http://www.aptic.cat/docs>> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

Barcelona Activa. *Defineix el teu objectiu professional i cerca estratègies per a fer-lo realitat* (PDF). Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació. Disponible a:

<<http://www.barcelonactiva.cat/barcelonactiva/cat/>> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

Barcelona Activa. *Test Idea, Guia per a l'avaluació de la idea de negoci* (en línia). Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació, 2008. Disponible a:

<<http://www.barcelonactiva.cat/barcelonactiva/cat/>> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

Barcelona Activa. *El currículum creatiu* (PDF). Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació. Disponible a:

<<http://www.barcelonactiva.cat/barcelonactiva/cat/>> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

C.E.E.I. Galicia, S.A. (BIC Galicia): *Manuales prácticos de la pyme. Como realizar un estudio de mercado* (PDF). Santiago de Compostela: C.E.E.I. Galicia, S.A., 2010. Disponible a:

<[http://www.bicgalicia.org/files/Manuais\\_Xestion/cast/3RealizarEstudodeMercado\\_cas.pdf](http://www.bicgalicia.org/files/Manuais_Xestion/cast/3RealizarEstudodeMercado_cas.pdf)> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

C.E.E.I. Galicia, S.A. (BIC Galicia): *Manuales prácticos de la pyme. Como elaborar un plan de marketing* (PDF). Santiago de Compostela: C.E.E.I. Galicia, S.A., 2010. Disponible a:

<[http://www.bicgalicia.org/files/Manuais\\_Xestion/cast/2ElaborarPlanMarketing\\_cas.pdf](http://www.bicgalicia.org/files/Manuais_Xestion/cast/2ElaborarPlanMarketing_cas.pdf)> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

C.E.E.I. Galicia, S.A.; Promove Consultoría e Formación SLNE. *Modelos de plan de negocio. Número 29: Traducción en Interpretación*. Santiago de Compostela: C.E.E.I. Galicia, S.A., 2010. Disponible a:

<[http://www.bicgalicia.org/images/autonomos/Modelos\\_Plan\\_Negocio/es/TraducionInterpretacion\\_cas.pdf](http://www.bicgalicia.org/images/autonomos/Modelos_Plan_Negocio/es/TraducionInterpretacion_cas.pdf)> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

CEPERO, J.I.; ENCUESTRA, P. [et al.]. *Guía de calidad en la traducción. Orientaciones para alcanzar la excelencia en el ejercicio de la profesión de traductor* (PDF). Saragossa: ASATI, 2009. Disponible a:

<[http://www.asati.es/img/web/docs/CALIDAD.TRAD\\_ASATI.2009.pdf](http://www.asati.es/img/web/docs/CALIDAD.TRAD_ASATI.2009.pdf)> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

CIDEM. *Tràmits per a constituir-se com autònom* (PDF). Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2008. Disponible a:

<[http://www.gencat.cat/treball/doc/doc\\_36804086\\_1.pdf](http://www.gencat.cat/treball/doc/doc_36804086_1.pdf)> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

COLOME CAMON, M. *Tècniques d'anàlisi de competències professionals II. Projecte Professional*. (PDF). Barcelona: Servei d'Ocupació de Catalunya, Generalitat de Catalunya. Disponible a:

<[http://www.oficinadetreball.cat/socweb/export/sites/default/socweb\\_ca/ciutadans/\\_fitxers/Proces2010\\_Material\\_analisi2.pdf](http://www.oficinadetreball.cat/socweb/export/sites/default/socweb_ca/ciutadans/_fitxers/Proces2010_Material_analisi2.pdf)> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

COLOMER, J.M. *Màrqueting per a empreses que comencen* (PDF). Barcelona: Ajuntament de Barcelona, Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació. Disponible a:

<<http://www.barcelonactiva.cat/barcelonactiva/cat/>> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

Departament de Treball, Àrea de Creació d'Empreses. *Guia per a l'elaboració del pla d'empresa* (PDF). Barcelona: Generalitat de Catalunya. Disponible a:

<[www.inicia.gencat.cat](http://www.inicia.gencat.cat)> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC). *Guía para la creación de empresas. Ejemplo de plan de empresa* (PDF). Madrid: Instituto Madrileño de Desarrollo. Disponible a:

<[https://www.uam.es/personal\\_pdi/derecho/sylvia/oferta\\_especifica/empresario\\_turistico/Guia\\_Comunidad\\_de\\_Madrid.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/derecho/sylvia/oferta_especifica/empresario_turistico/Guia_Comunidad_de_Madrid.pdf)> [Data de consulta: 31 de març de 2015]



GALÁN-MAÑAS, Anabel. *Traductor Autònom: Tradumàtica* (PDF). Traducció i Tecnologies de la Informació i de la Comunicació, Departament de Traducció i d'Interpretació de la UAB.

GARCÍA, Celia. "Las agencias de traducciones se benefician de una demanda al alza." *Emprendedores: Plan de negocio*, 2014. Disponible a:

<<http://www.uned.es/pea-desarrollo-mercado-laboral/elementos/files/Plan%20Negocio%20traductores.pdf>> [Data de consulta: 12 de gener de 2015]

Generalitat de Catalunya i Cambra de Comerç de Barcelona. *Màrqueting electrònic* (PDF). Barcelona: Generalitat de Catalunya. Disponible a:

<<http://www.pimestic.cat/guies-dempresa/les-guies/marqueting-vendes/comerc-electronic.html>> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

Generalitat de Catalunya, Departament d'Empresa i Ocupació. *Com fer-nos conèixer amb pocs euros* (PDF). Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2012. Disponible a:

<[http://catalunyaempren.gencat.cat/inicia/images/cat/Com%20fer-nos%20coneixer%20amb%20pocs%20euros\\_tcm124-44427.pdf](http://catalunyaempren.gencat.cat/inicia/images/cat/Com%20fer-nos%20coneixer%20amb%20pocs%20euros_tcm124-44427.pdf)> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

GRUPO TRINOR. *Código deontológico* (PDF). Logroño: Traductores e Intérpretes del Norte, S.L., 2013. Disponible a:

<<http://www.trinor.com/Public/DG10197ES.pdf>> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

Idescat: Institut d'Estadística de Catalunya. Generalitat de Catalunya. 2015. Institut d'Estadística de Catalunya. 31 de març de 2015. <<http://www.idescat.cat/>>

INE: Instituto Nacional de Estadística. 2015. Instituto Nacional de Estadística. 31 de març de 2015. <[www.ine.es](http://www.ine.es)>

Institut Municipal de Promoció i Economia de Vic. *Empresari autònom: Passos per constituir una empresa* (PDF). Vic: Ajuntament de Vic. Disponible a:

<<http://www.vicempren.cat/wp-content/uploads/2011/02/Empresari-Autonom.pdf>> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

Institut Municipal de Promoció de l'Ocupació, Unitat de Foment Empresarial. *Guia per a l'elaboració del pla d'empresa* (PDF). Badalona: Ajuntament de Badalona. Disponible a:

<www.impo.cat> [Data de consulta: 31de març de 2015]

LOZANO, C. *Estudio de Mercado sobre la Traducción en España* (PDF). Treball Fi de Grau. Universidad de Salamanca, 2011. Disponible a:

<gredos.usal.es/jspui/handle/10366/108764> [Data de consulta: 31de març de 2015]

MARTÍN, M.; SERRANO, M. [et al.]. *Encuesta de tarifas 2009* (PDF). Barcelona: APTIC, 2009. Disponible a:

<www.aptic.cat> [Data de consulta: 31de març de 2015]

Monogràfics INFOTRIAC. “Recull de codis deontològics” (PDF). Butlletí de Traductors i Intèrprets Associats Pro-col·legi, Setembre, 2001. Disponible a:

<file:///C:/Users/3d/Downloads/Recull\_de\_codis\_deontologics\_de\_traduccio.pdf> [Data de consulta: 31de març de 2015]

MORÓN, M. “Perfiles profesionales en Traducción e Interpretación: análisis DAFO en el marco de la sociedad multilingüe y multicultural.” *La linterna del traductor*, número 4. (en línia). Disponible a:

<http://www.lalinternadeltraductor.org/n4/dafo-traduccion.html> [Data de consulta: 31de març de 2015]

MUÑOZ, Carlos. “La fiscalidad en el ejercicio profesional de la traducción.” *Vasos comunicantes: Revista de ACE Traductores*, núm. 31, 2005, pàg. 53-62. Disponible a:

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1280574> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

Programa Innova – Esperit emprenedor. *Guia Pla de marketing* (PDF). Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya. Disponible a:

<https://pinnova.upc.edu/recursos/guia\_pla\_de\_marketing\_innova.pdf> [Data de consulta: 31de març de 2015]

Regidoria de Treball. *Pla d'Empresa* (PDF). Calafell: Ajuntament de Calafell, 2010. Disponible a:

<http://calafell.cat/pla-dempresa-exemple-de-document> [Data de consulta: 31de març de 2015]

RODRÍGUEZ, M.L. (coordinadora) [et al.]. *Dels estudis universitaris al món del treball: la construcció del projecte professional*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de de Barcelona, cop. 2008. ISBN 9788447532780

RODRÍGUEZ, Lluís (dir.) [et al.]. *Guia per a l'elaboració del pla d'empresa*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Treball, 2010. Disponible a:

<[http://www.emprenderesposible.org/sites/default/files/anexo\\_8\\_\\_guia\\_del\\_pla\\_d\\_empresa\\_cat.pdf](http://www.emprenderesposible.org/sites/default/files/anexo_8__guia_del_pla_d_empresa_cat.pdf)> [Data de consulta: 31 de març de 2015]

Unitat d'Innovació – UPF Business Shuttle. *Guia per a l'elaboració del Pla d'Empresa* (PDF). Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2012. Disponible a:

<[http://www.upf.edu/innovacio/\\_pdf/Pla\\_empresa\\_bs\\_DEFINITIU\\_2012.pdf](http://www.upf.edu/innovacio/_pdf/Pla_empresa_bs_DEFINITIU_2012.pdf)>  
[Data de consulta: 31 de març de 2015]

## 7. Annexos

### ÍNDIX DELS ANNEXOS

- 7.1. Carta de presentació
- 7.2. Currículum
- 7.3. Quadres de tarifes
- 7.4. Model de pressupost
- 7.5. Model de factura

## ***7.1. Carta de presentació***

**Tània Mesegué Bosquet**

C/ Escaleta, núm.30

43512 Benifallet (Tarragona)

**977462247/610807025**

meseguebosquet.tania@gmail.com

Barcelona, 5 de març de 2015

Benvolguts/des senyors/res,

Em dirigeixo a vostès a fi d'expressar el meu interès per a treballar en la seva empresa. Adjunt els remeto el meu Currículum Vitae, perquè disposin de la meva informació i puguin tenir-la present en futurs processos de selecció que realitzin.

Recentment he finalitzat els meus estudis en Traducció i Interpretació a la Universitat Autònoma de Barcelona. Probablement —no els he d'enganyar— entre els currículums que els arribaran, el meu no destacarà encara per l'experiència professional en l'àmbit de la traducció. Ara bé, sóc una persona amb una gran capacitat d'aprenentatge, que pot adaptar-se perfectament a la manera de treballar de la seva empresa, la qual cosa els podria interessar.

Estic acostumada a treballar en equip i em considero una persona amb capacitat de planificació i organització, que sempre intenta cercar l'excel·lència en la seva feina i que es preocupa per l'ordre i la qualitat de tot allò que fa.

Resumint, sóc una persona responsable i eficient, que podria encaixar perfectament en la idiosincràsia del seu equip de professionals.

Agrairia tenir l'oportunitat de mantenir una entrevista personal amb vostès per a contestar qualsevol pregunta i ampliar la informació resumida en el currículum. De manera que durant els pròxims dies em prengui la llibertat de trucar-los a fi de saber si accepten, per part meua, una visita a la seva empresa.

Agraint-los per endavant la seva atenció, rebin les meves salutacions més cordials,

Tània Mesegué Bosquet

## ***7.2. Currículum***

## CURRÍCULUM VITAE

### DADES PERSONALS

- Nom i Cognoms: Tània Mesegué Bosquet
- Adreça: C/Escaleta, núm. 30 43512 Benifallet (Tarragona)
- Correu electrònic: meseguebosquet.tania@gmail.com
- Telèfon: (+34)610807025/ (+34)977462247
- Any de naixement: 25/04/1993



### PERFIL PROFESSIONAL

- Traducció general: francès, xinès > català, castellà  
català <> castellà
- Traducció editorial  
(literària i no literària): francès, xinès > català, castellà  
català <> castellà
- Traducció científicotècnica: francès > català, castellà  
català <> castellà
- Traducció jurídica: francès > català, castellà  
català <> castellà
- Interpretació d'enllaç: francès <> català, castellà
- Revisió de textos: català, castellà, francès



## FORMACIÓ ACADÈMICA

Graduada en Traducció i Interpretació (francès) per la Universitat Autònoma de Barcelona, Menció en Traducció Editorial; Idiomes: francès i xinès (2011-2015).

## EXPERIÈNCIA PROFESSIONAL

- TRADUCCIÓ I REVISIÓ DE TEXTOS

Centre: Escola de Cultura de Pau (setembre de 2014–gener de 2015)

Funcions: traduir i revisar textos sobre conflictes armats, cultura de pau i drets humans.

- REVISIÓ EXTERNA DEL SEGÜENT VOLUM DE SINTAXI:

ÁNGEL GALLEGÓ (ed.). *Panorama de Sintaxis*. Madrid, Akal, 2014.

## FORMACIÓ COMPLEMENTÀRIA

- Curs intensiu d'estiu d'Anglès E2, realitzat a l'Escola Oficial d'Idiomes de Tortosa entre el 6 i el 24 de juliol de 2009 (durada de 60 hores).

## ALTRES DADES D'INTERÈS

- Disponibilitat horària i geogràfica.
- Permís de conduir.

## PROGRAMARI DE TRADUCCIÓ

- Domini de: MemoQ, Déjà Vu i Paquet Office.

[Última actualització: 5 de març de 2015]

### ***7.3. Quadres de tarifes***

# TARIFES: FRANCÈS> CATALÀ, CASTELLÀ

## T R A D U C C I Ó

Per paraula						Per pàgina		Per hora	Observacions	
Agència		Client directe		Editorial		Editorial		20 €	Recàrrec format	+ 25 %
General/ Literària	Especialitzada/ Cientificotècnica	General/ Literària	Especialitzada/ Cientificotècnica	General/ Literària	Especialitzada/ Cientificotècnica	General/ Literària	Especialitzada/ Cientificotècnica		Recàrrec urgència	+ 40 %
0,06 €	0,07 €  (25 %+ que general)	0,08 €	0,010 €  (25 %+ que general)	0,05 €	0,06 €  (25 % + que general)	15 €  (1.800–2.200 caràcters/ 250–300 paraules/ 30 línies)	18,75 €  (25 % + que general)		Descompte TAO	(depèn paraules repetides)
									Tarifa mínima	30 €

## R E V I S I Ó

Per hora	25 €	Per pàgina	5 €	Per paraula	0,02 €
----------	------	------------	-----	-------------	--------

## I N T E R P R E T A C I Ó

Enllaç (hora)					
150 €					

TARIFES: XINÈS> CATALÀ, CASTELLÀ									
T R A D U C C I Ó									
Per paraula						Per pàgina		Per hora	Observacions
Agència		Client directe		Editorial		Editorial		30 €	
General/ Literària	Especialitzada/ Cientificotècnica	General/ Literària	Especialitzada/ Cientificotècnica	General/ Literària	Especialitzada/ Cientificotècnica	General/ Literària	Especialitzada/ Cientificotècnica		
0,10 €	0,12 € (25 %+ que general)	0,12 €	0,015 € (25 %+ que general)	0,09 €	0,11 € (25 % + que general)	22 €  (1.800–2.200 caràcters/ 250–300 paraules/ 30 línies)	27,5 €  (25 % + que general)		Recàrrec format  + 25 %
									Recàrrec urgència  + 40 %
									Descompte TAO  (depèn paraules repetides)
									Tarifa mínima  30 €

**TARIFES: CATALÀ <> CASTELLÀ**

TRADUCCIÓ

Per paraula						Per pàgina		Per hora	Observacions	
Agència		Client directe		Editorial		Editorial		18 €	Recàrrec format	+ 25 %
General/ Literària	Especialitzada/ Científicotècnica	General/ Literària	Especialitzada/ Científicotècnica	General/ Literària	Especialitzada/ Científicotècnica	General/ Literària	Especialitzada/ Científicotècnica		Recàrrec urgència	+ 40 %
0,05 €	0,06 € (25 %+ que general)	0,07 €	0,08 € (25 %+ que general)	0,04 €	0,05 € (25 % + que general)	12 €	15 € (25 % + que general)		Descompte TAO	(depèn paraules repetides)
						(1.800–2.200 caràcters/ 250–300 paraules/ 30 línies)			Tarifa mínima	30 €

## R E V I S I Ó

Per hora	25 €	Per pàgina	5 €	Per paraula	0,02 €
----------	------	------------	-----	-------------	--------

## I N T E R P R E T A C I Ó

Enllaç (hora)	
---------------	--

60 €
------

#### ***7.4. Model de pressupost***

PRESSUPOST			
<b>TRADUCTORA</b> Tània Mesegué Bosquet NIF: 47826912E Adreça: C/Escaleta, núm. 30 43512 Benifallet (Tarragona) Tel.: 610808028/977464646 meseguebosquet.tania@gmail.com		<b>DADES CLIENT</b> Escola de Cultura de Pau CIF: Q0818002H Edifici MRA, Plaça del Coneixement Universitat Autònoma de Barcelona 08193 Bellaterra (Cerdanyola)	
Data pressupost: 5/02/2015		Validesa: 30 dies	
<b>Descripció</b>	<b>Recompte (paraules)</b>	<b>Tarifa</b>	<b>Total</b>
Traducció cast > cat Contraportada	928	0,05 €	46,40 €
<b>OBSERVACIONS</b>			
Data d'entrega: 4/03/15	Base imposable		46,40 €
Format d'entrega: Word	IVA	21%	9,74 €
El valor del pressupost és aproximat.	IRPF	19%	8,82 €
S'ha calculat a partir del TO. La facturació es realitzarà a partir del nombre de paraules TM.	<b>TOTAL</b>		<b>47,33 €</b>
Data de pagament: 15/03/15			
Forma de pagament: Ingress al compte: ES29 2999 1999 2999 1999 2999			
(Nom, cognoms i signatura de la persona que confecciona el pressupost)		<b>ACCEPTO EL PRESSUPOST.</b> (Nom, cognoms i signatura del client)	

## ***7.5. Model de factura***



FACTURA NÚM. 25			
		Data: 2 de febrer de 2015	
<b>TRADUCTORA</b> Tània Mesegué Bosquet NIF: 47826912E Adreça: C/Escaleta, núm. 30 43512 Benifallet (Tarragona) Tel.: 610808028/977464646 <a href="mailto:meseguebosquet.tania@gmail.com">meseguebosquet.tania@gmail.com</a>		<b>Escola de Cultura de Pau</b> CIF: Q0818002H Edifici MRA, Plaça del Coneixement Universitat Autònoma de Barcelona 08193 Bellaterra (Cerdanyola)	
Concepte	Traducció castellà-català del document Contraportada 2013 i 2014		
Referència	Recompte (paraules)	Tarifa	Subtotal
Contraportada 2013 i 2014	928	0,05 €	46,40 €
	Base imposable		46,40 €
	IVA	21%	9,74 €
	IRPF	19%	8,82 €
	TOTAL		47,33 €
Data de pagament:	27 de febrer de 2015		
Forma de pagament:	Ingrés al compte: ES29 2999 1999 2999 1999 2999		